فنّ صحافت

تفلهٔ نز

فنِّ صحافت

ڈاکٹر عبدالسّلام خورشید

مرکزی اردو بورڈ ○ لاہور

۳۶- جی گلبرگ

بار اول

اگست ۱۹۶۶ء

ناشر : احمد الدین اظہر
ڈائرکٹر ، مرکزی اردو بورڈ ، لاہور
طابع : چٹان پرنٹنگ پریس ، لاہور

قیمت : [redacted] روپے

انتساب

نذرالاسلام

کے

نام

جو میدانِ صحافت میں ہمارے خاندان کی تیسری نسل

کے نمائندے ہیں

ترتیب

پیش لفظ

انگریزی زبان میں فن صحافت پر سیکڑوں کتابیں موجود ہیں - یہاں تک کہ صحافت کے ایک ایک شعبے پر بیسیوں کتابیں لکھی جا چکی ہیں - ہمارے ہاں ان میں سے بہت سی تالیفات کا مطالعہ کیا جاتا ہے لیکن سب سے بڑی مشکل یہ پیش آتی ہے کہ یہ امریکہ اور برطانیہ کی صحافت کا نقشہ کھینچتی ہیں - طالب علم اس کے مطالعے سے بعض اصول تو اخذ کر لیتا ہے لیکن زیادہ تر اس کے بارے میں بھول بھلیاں میں پڑ جاتا ہے کیونکہ صحافت کا جو نقشہ اس کے سامنے ہے اس پر بہت سی باتیں منطبق نہیں ہوتیں اور جہاں تک اردو صحافت کا تعلق ہے یہ خلیج اور بھی زیادہ وسیع ہو جاتی ہے کیوں کہ اس کے بعض مخصوص تقاضے ہیں اور ان کے پورے مطالعے کے لیے انگریزی کتابیں بہت کم مدد دیتی ہیں -

اگرچہ صحافت کی تدریس میں چودہ برس گزر چکے ہیں اور مجھے بارہا خیال آیا کہ فن صحافت پر اُردو زبان میں کتاب لکھنا ضروری ہے ، لیکن حوصلہ نہ ہؤا کیونکہ ساری تدریس انگریزی زبان کے توسط سے ہوتی رہی اور میں اس سوچ ہی میں رہا کہ اصطلاحات کا ترجمہ کیسے ہوگا - آخرکار میرے عزیز دوست جناب عنایت اللہ (مشرق) کا اصرار غالب آیا - مرکزی اُردو بورڈ کے سابق ڈائرکٹر جناب کرنل مجید ملک نے اشاعت کا بیڑا اُٹھایا اور میں نے اللہ کا نام لے کر کام شروع کردیا -

اس دوران میں کچھ نئی تبدیلیوں نے ڈھارس بندھائی - اردو صحافت کا انقلابی دور آیا اور اس نے ترقی کی نئی منازل طے کیں - ادھر پنجاب یونیورسٹی کے وائس چانسلر اور میرے اُستاد پروفیسر حمید احمد خاں نے اپنی روایتی اردو دوستی سے کام لیتے ہوئے سنڈیکیٹ سے یہ فیصلہ کرایا کہ اساتذہ کو اجازت ہو کہ وہ چاہیں تو ایم ، اے اور ایم ، ایس سی کے

طلبہ کو اردو میں لیکچر دیں، اور طلبہ چاہیں تو سالانہ امتحان کے پرچے اردو میں حل کریں - سترہ روزہ پاک ہند جنگ نے جس ذہنی انقلاب کو جنم دیا اس سے اردو زبان کی بھی قسمت جاگ اُٹھی - صدر مملکت قوم سے اردو میں خطاب کرنے لگے - مجلسی تقریبوں میں اردو کو اس کی شان کے مطابق حیثیت ملی - ٹیلی ویژن سے انگریزی خبروں کا سلسلہ بند ہؤا - ریڈیو پاکستان سے انگریزی خبرناموں کی تعداد کم ہوئی ، اردو خبرناموں کی تعداد بڑھ گئی اور عام پروگرام سے انگریزی زبان تقریباً بے دخل ہوگئی - تعلقات عامہ کے محکموں میں اردو کی اہمیت میں اضافہ ہؤا حتیٰ کہ ایسوشی ایٹڈ پریس آف پاکستان نے اردو ٹیلی پرنٹر حاصل کر لیے - ان نئے حالات میں اردو صحافت میں تربیت کا مسئلہ اور زیادہ اہم ہو گیا اور میں نے محسوس کیا کہ اب فن صحافت پر اردو زبان میں کتاب کی ضرورت زیادہ شدید ہو گئی ہے -

فن صحافت پر انگریزی کتب کا مطالعہ چودہ سال سے باقاعدہ جاری ہے - جہاں تک اردو صحافت کے عملی پہلوؤں کا تعلق ہے مجھے اس میں دسترس حاصل تھی لیکن میرا علم زیادہ تر اس صحافت تک محدود تھا جو صحافت کی تدریس شروع کرنے سے پہلے موجود تھی - بہرحال ایک طالب علم کی حیثیت سے میں نے بہت سا علم اپنے صحافی دوستوں سے حاصل کیا - اخبارات کے دفاتر میں جا کر ان کے طریق کار کا مطالعہ کیا - اور یہ شوق آج کا نہیں برسوں پرانا ہے اور مجھے ان اساتذہ کی صف میں شمولیت کا دعویٰ ہے جو ہمیشہ طالب علم رہتے ہیں اور جب کوئی نئی تبدیلی دیکھتے ہیں تو اس کے مطالعے کے لیے یوں دوڑتے ہیں جیسے پیاسا چشمے کی طرف دوڑے -

اس برسوں پرانی کاوش و کوشش کا نتیجہ میں ''فن صحافت'' کے روپ میں اہل نظر کی خدمت میں پیش کرتا ہوں اور پورے عجز و انکسار کے ساتھ اعتراف کرتا ہوں کہ یہ ایک ابتدائی کوشش ہے - میں نے اسے جامع بنانے کی سعی کی ہے ، اور ہرچند کہ صفحات کی تنگ دامانی نے قدم قدم پر روکا ، میرے خیال کے مطابق اس کتاب میں وہ تمام ضروری باتیں جمع

ہیں جن کا جاننا ضروری ہے ۔ مجھ سے یقیناً کوتاہیاں بھی ہوئی ہوں گی ۔ لیکن میں اپنے اخبار نویس دوستوں سے کہوں گا کہ آپ اس پیشے کے عملی پہلوؤں اور ان کی تمام باریکیوں کے امین ہیں ، اس لیے مجھے کوتاہیوں سے آگاہ کیجیے تاکہ میں آئندہ اڈیشن کی افادیت میں اضافہ کر سکوں ۔

میں نے یہ کتاب اصلاً ان لوجوانوں کے لیے لکھی ہے جو کارزار صحافت میں داخل ہونا چاہتے ہیں ۔ انھیں اس سے بہت کچھ حاصل ہوگا ۔ لیکن یہ انتباہ ابھی کیے دیتا ہوں کہ اس کتاب کے مطالعے سے وہ صحافت کے نشیب و فراز سے آگاہ تو ہو جائیں گے لیکن صحافی بننے کے لیے ضروری ہے کہ وہ کسی اخبار کے دفتر میں کسی چابک دست صحافی کی نگرانی میں عملی تربیت حاصل کریں ۔ اس کتاب کے مطالعے سے انھیں یہ فائدہ ہوگا کہ تربیت میں جو وقت صرف ہوتا ہے وہ کم ہو جائے گا ۔

یونیورسٹیوں کے شعبہ ہائے صحافت میں اساتذہ کو اس سے یہ فائدہ ہو گا کہ وہ اصول صحافت پر لیکچروں کے اس طویل سلسلے سے بچ جائیں گے جن پر ان کی اتنی توجہ صرف ہو جاتی تھی کہ عملی کام کے لیے بہت کم وقت بچتا تھا ۔ اس کتاب میں ہر باب کے بعد خلاصہ اور سوالات درج کیے گئے ہیں ۔ اس سے اساتذہ اور طلبہ دونوں کو سہولت ہو گی لیکن عملی مشق کرانا استاد کا کام ہے اور ظاہر ہے کہ اب عملی کام کے لیے زیادہ وقت مل سکے گا ۔

یہ کتاب ان صحافیوں کے لیے بھی مفید رہے گی جو صحافت کے کسی ایک شعبے میں برسوں اس انہماک سے کام کرتے رہے کہ انھیں دوسرے شعبوں کے متعلق معلومات حاصل کرنے کی فرصت نہ ملی ۔ میں ان سے کہوں گا کہ اردو صحافت کے جدید دور میں ہر کارکن صحافی کا فرض ہے کہ صحافت کے ہر شعبے کے بارے میں معلومات حاصل کرے کیونکہ یہ تمام شعبے ایک دوسرے کو متاثر کرتے ہیں ، ان کے گہرے تال میل کے بغیر کسی اخبار کی کامیابی ممکن نہیں ۔ آج کی صحافت کا تقاضا یہی ہے کہ ہر شعبے میں کام کرنے والوں کو دوسرے شعبوں کے طریق کار اور مجبوریوں کا علم ہو ۔

آج کے دور میں صحافت عمرانی علوم میں ایک ممتاز مقام حاصل کرچکی ہے ، اس لیے عام لوگوں کا بھی فرض ہے کہ وہ صحافت کا مطالعہ کریں تاکہ انھیں معلوم ہو کہ اخبار کی تنظیم ، تیاری ، اشاعت اور تقسیم میں کون سے مراحل پیش آتے ہیں ؟ خبروں کی فراہمی اور پیشکش میں صحافیوں کو کن مشکلات کا سامنا ہے ؟ اور عوام کی اس اہم خدمت میں صحافی کس ذوق و شوق ، محنت اور جنون کے ساتھ کام کرتے ہیں - لوگوں کو یہ بھی معلوم ہونا چاہیے کہ اچھے اور برے اخبار میں کیا فرق ہوتا ہے - ان تمام امور کو جاننے میں اس کتاب کا مطالعہ سودمند رہے گا -

چوں کہ گزشتہ ربع صدی میں صحافت کا دائرہ وسیع ہو چکا ہے اور اخبارات کے علاوہ ٹیلی‌ویژن اور ریڈیو بھی اجتماعی ابلاغ کا اہم ذریعہ بن چکے ہیں اس لیے ٹیلی‌ویژن صحافت اور ریڈیائی صحافت کے مبادیات بھی بیان کر دیے گئے ہیں - ایک باب تعلقات عامہ پر دیا گیا ہے کیوں کہ اس شعبے میں کام کے لیے صحافتی تربیت ضروری ہے - اور آخر میں یہ بتایا گیا ہے کہ جو نوجوان صحافت کی تربیت لیں گے اُن کے لیے روزگار کے کون کون سے ذرائع موجود ہیں اور ان میں مالی یافت کی صورت کیا ہے ؟

اب میں خلوص اور محبت کے اُس پیکر جمیل کی خدمت میں ہدیۂ تشکر پیش کرتا ہوں جسے دنیا احمدالدین اظہر کے نام سے جانتی ہے - انھوں نے ’’فن صحافت‘‘ کی تحریر میں میری بے جا تاخیر برداشت کی ، ہر ممکن حوصلہ افزائی کی اور اس کی طباعت اور پیشکش میں خاص توجہ سے کام لیا -

عبدالسلام خورشید

۱۰ - سالک روڈ ، مسلم ٹاؤن
لب نہر ، لاہور - ۱۲
۱۲ مارچ ۹۶٦ء

صحافت کیا ہے؟

صحافت کا لفظ ''صحیفہ'' سے نکلا ہے۔ ''صحیفہ'' کے لغوی معنی ہیں، کتاب یا رسالہ۔ بہر حال عملاً ایک عرصہ دراز سے ''صحیفہ'' سے مراد ایسا مطبوعہ مواد ہے جو مقررہ وقفوں کے بعد شائع ہوتا ہے۔ چنانچہ تمام اخبار اور رسائل صحیفے ہیں اور جو لوگ ان کی ترتیب و تحسین اور تحریر سے وابستہ ہیں انھیں صحافی کہا جاتا ہے اور ان کے پیشے کو صحافت کا نام دیا گیا ہے۔ صحافت کا مترادف انگریزی لفظ جرنلزم (Journalism) ہے جو ''جرنل'' سے بنایا گیا ہے۔ جرنل کے لغوی معنی ہیں ''روزانہ حساب کا بہی کھاتا، روزنامچہ''۔ جب صحافت کا آغاز ہوا تو اسی اصطلاح کو مؤقت الشیوع اخبار یا رسالے کے لیے استعمال میں لایا جانے لگا۔ جرنل کو ترتیب دینے والوں کے لیے ''جرنلسٹ'' کا لفظ بنا اور اس پیشے کو جرنلزم کا نام دیا گیا۔

''اخبار'' کا لفظ بہت پرانا ہے۔ یہ اس وقت سے چلا آتا ہے جب نہ طباعت ایجاد ہوئی تھی، نہ آج کے اخباروں کا تصور ممکن تھا۔ ''اخبار'' عربی زبان کا لفظ ہے اور ''خبر'' کی جمع ہے۔ یہ لفظ اُن قلمی خبرناموں کے لیے استعمال میں آیا جو ایران کے قبل از اسلام دور کے پادشاہوں کے زیرسایہ اس مقصد سے مرتب ہوتے تھے کہ اُنھیں مملکت کے ہر حصے کی خبریں مہیا ہوتی رہیں۔ چنانچہ ان پادشاہوں نے مختلف اہم مقامات پر اپنے گماشتے مقرر کر رکھے تھے جو وقتاً فوقتاً اپنے اپنے مخصوص علاقوں کی خبریں لکھ بھیجتے تھے۔ ان گماشتوں کو ''اخبار نویس'' کہا جاتا تھا۔ ان کے لیے ''وقائع نگار'' اور ''روزنامہ نویس'' کے الفاظ بھی استعمال ہوتے تھے۔ ان میں صرف ''روزنامہ نویس'' ایک ایسی اصطلاح ہے جو ایران سے مخصوص رہی۔ ہمارے ہاں ''روزنامہ'' روزانہ اخبار کو کہتے ہیں لیکن ایران

میں ہر مؤقت الشیوع اخبار کو ''روزنامہ'' کہا جاتا ہے، اس لیے وہاں صحافی کی جگہ ''روزنامہ نویس'' کے لفظ کا استعمال عام ہے۔ باقی سب اصطلاحات برعظیم پاکستان و ہند میں دور سلاطین دہلی اور دور مغلیہ میں رائج رہیں اور جب مطبوعہ صحافت نے جنم لیا تو انھیں کا انطباق مطبوعہ صحافت پر ہونے لگا۔ اخبار اور اخبار نویس کے لفظ تو خیر بہت عام ہیں ''وقائع نگار'' کا لفظ بھی بعض اخبار ''سٹاف رپورٹر'' کے لیے استعمال کرتے ہیں۔

مسلمان حکمرانوں کے عہد میں صحافت حکمرانوں کی خدمت پر مامور تھی۔ جو اخبار مرتب ہوتے تھے وہ صرف حاکم مطالعہ کرتے تھے۔ زیادہ سے زیادہ یہ ہوتا کہ اہم اخبار دربار میں پڑھ کر سنا دیے جاتے۔ جب کوئی بہت بڑی خبر ہوتی تو ہر طرف ہرکارے دوڑا دیے جاتے جو شہر بہ شہر اس کا اعلان کر دیتے۔ اس سے بڑھ کر صحافت کا کوئی مصرف نہ تھا۔ جب ان حکومتوں پر زوال آیا تو خبررسانی کے ذرائع بھی متاثر ہوئے اور بے کار اخبارنویسوں نے روزگار حاصل کرنے کے لیے یہ شغل اختیار کیا کہ بعض اُمراء کو معاوضے پر اخبار مہیا کرنے لگے۔ یہ لوگ دہلی اور دوسرے بڑے شہروں میں غول در غول کچہریوں اور درباروں اور دوسرے مقامات کے گرد منڈلاتے رہتے، جب کچھ خبریں جمع ہو جاتیں تو اُن سے ''اخبار'' مرتب کرتے۔ پھر ہاتھ سے ان کی نقلیں تیار کرتے اور اپنے گاہک اُمرا تک پہنچا آتے۔ اسی دوران میں طباعت نے برعظیم میں رواج پایا اور انگریزی اخباروں کی دیکھا دیکھی اُردو اور فارسی میں بھی مطبوعہ اخبار جاری ہوئے۔ کچھ عرصہ تو قلمی اور مطبوعہ، دونوں قسم کے اخبار، ایک دوسرے کے پہلو بہ پہلو چلتے رہے لیکن آہستہ آہستہ قلمی اخبار معدوم ہو گئے اور مطبوعہ اخباروں کے قدم مضبوط ہو گئے۔

دوسرے ملکوں میں بھی کم و بیش یہی صورت رہی۔ طباعت ایجاد ہونے کے باوجود اخبارات نے زیادہ ترقی نہ کی۔ اس کی وجہ یہ تھی کہ ابتدائی دور میں نہ تاربرقی کا سلسلہ موجود تھا نہ ٹیلی فون۔ ریلوے بھی معرض وجود میں نہ آئی تھی اور خودکار طباعتی مشینیں بھی نہ بنی تھیں۔

نتیجہ یہ تھا کہ اخباروں کی اشاعت محدود تھی اور خبریں بہت پرانی چھپتی تھیں - ظاہر ہے ، ان حالات میں صحافت معاشرے پر اثرانداز ہونے کے قابل نہ تھی -

پچھلی صدی میں وہ بنیادی ایجادیں ہوئیں جن سے قوموں اور انسانوں کے درمیان زیادہ گہرا رشتہ استوار ہوا اور انھیں کی بدولت صحافت نے ترقی کی - ان میں اہم ایجاد یہ تھی کہ بھاپ سے فائدہ اٹھایا جانے لگا ، سمندری جہاز اتنے تیز چلنے لگے کہ جہاں پہلے انگلستان سے کلکتہ پہنچنے میں نو مہینے صرف ہوتے تھے اب صرف تین مہینے لگتے تھے - ریلیں چلنے لگیں اور بھاپ سے پریس بھی چلنے لگے - اس طرح ایک تو خبروں کی فراہمی میں سہولت پیدا ہو گئی اور دوسرے کم وقت میں زیادہ اخبار چھاپنے ممکن ہو گئے - تار برقی اور ٹیلی‌فون کی ایجادات نے مواصلات میں انقلاب پیدا کر دیا - خبررساں اداروں نے جنم لیا اور خبروں کی فراہمی اور نشر و اشاعت میں مسابقت کا بازار گرم ہوا - یورپ میں صنعتی انقلاب نے جہاں کم پڑھے لکھے لوگوں میں اخبار بینی کا ذوق پیدا کیا وہاں اخباری اشتہارات نے آمدنی کا ایک ایسا دروازہ کھول دیا جس سے اخبارات کی حالت سدھر گئی -

بیسویں صدی میں تاربرقی یا لاسلکی نظام کی ایجاد نے صحافت کو اور بھی فروغ دیا - ریڈیو اور ٹیلی‌ویژن نے اجتماعی ابلاغ کے نئے اور مؤثر راستے کھول دیے - بعض لوگوں نے سوچا کہ شاید ریڈیو اور ٹیلی‌ویژن کے مقابلے پر اخبار ماند پڑ جائیں لیکن ایسا نہ ہوا - اخبار برابر ترقی کرتے چلے گئے - اس میں جہاں دوسرے عناصرکارفرما تھے وہاں حسین و جمیل طباعت کے نت نئے طریقوں نے بھی نمایاں حصہ لیا - ایسی مشینیں ایجاد ہوئیں جن سے اخبار تھوڑے سے وقت میں لاکھوں کی تعداد میں چھپنے لگے - ساتھ ہی ساتھ اخبارات کی کٹائی اور تہ بندی بھی ہونے لگی -

اب صحافت کے معنی وسیع تر ہو گئے - ریڈیائی صحافت اور ٹیلی‌ویژن کی صحافت بھی اس میں شامل ہو گئی - اب اس کا اثر معاشرے کے ہر

فرد تک پہنچنے لگا - بہرحال صحافت کا مؤثرترین ادارہ اخبار ہی رہے اور آئندہ بھی یہی توقع ہے -

صحافت مشن ھے یا کاروبار ؟

چوں کہ صحافت معاشرے پر اثرانداز ہوتی ہے اور معاشرہ اُس پر اثرانداز ہوتا ہے اور صحافت کی بے پناہ ترقی کے اس دور میں معاشرے سے اُس کا چولی دامن کا ساتھ ہو گیا ہے اس لیے اکثر یہ سوال اُٹھایا جاتا ہے کہ صحافت مشن ہے یا کاروبار ؟ حقیقت یہ ہے کہ صحافت مشن بھی ہے اور کاروبار بھی اور ان دونوں عناصر کی یکجائی کے بغیر صحافت کا تصور ممکن نہیں -

یہ درست ہے کہ صحافت ایک عظیم مشن ہے - اس کا مقصد یہ ہے کہ لوگوں کو تازہ ترین خبروں سے آگاہ کیا جائے، عصر حاضر کے واقعات کی تشریح کی جائے اور اُن کا پس منظر واضح کیا جائے تاکہ رائے عامہ کی تشکیل کا راستہ صاف ہو - صحافت رائے عامہ کی ترجمان اور عکاس بھی ہوتی ہے اور وہ رائے عامہ کی رہنمائی کے فرائض بھی سرانجام دیتی ہے - عوام کی خدمت اس کا مقدس فریضہ ہے، اس لیے صحافت معاشرے کے ایک اہم ادارے کی حیثیت رکھتی ہے -

اب اس کا کاروباری پہلو ملاحظہ فرمائیے - یہ درست ھے کہ ماضی میں ایسے اخبار نکلتے رہے ہیں جن کا واحد مقصد یہ تھا کہ وہ کسی خاص زاویہ نگاہ کے حق میں رائے عامہ پیدا کریں، وہ نفع کمانے کے لیے نہیں صرف مقصد کو فروغ دینے کے لیے نکلے - لیکن سچ پوچھیے تو وہ بھی ایک کاروبار تھا کیوں کہ وہ اس مفروضے کی بنا پر نکلتے تھے کہ منڈی میں اتنے گاہک پیدا ہو جائیں گے کہ مالک اور کارکنوں کے لیے روٹی میسر ہو سکے - اور جب ایسا نہ ہوا تو دو ہی صورتیں پیدا ہوئیں کہ یا تو اخبار کے مالک نے بیرونی سہارا لیا یعنی کسی مخیر شخص سے مالی امداد لے کر خسارہ پورا کر لیا یا اخبار کو بند کر دیا - بیرونی سہارا خواہ کتنے

ہی بڑے اور نیک مقصد کے لیے کیوں نہ ہو وہ کسی اخبار کے لیے باعث فخر نہیں کیوں کہ جہاں محتاجی آ جاتی ہے وہاں آزادی سلب ہو جاتی ہے۔

آزادیٔ صحافت کی بنیادیں معاشی آزادی پر استوار ہوتی ہیں۔ صرف وہی اخبار آزاد رہ سکتا ہے جو معاشی طور پر کسی کا محتاج نہ ہو۔ اس کے لیے ضروری ہے کہ اسے کاروباری بنیادوں پر چلایا جائے اور کاروباری بنیادوں پر چلانے کا تقاضا یہ ہے کہ اسے زیادہ سے زیادہ گاہکوں کے لیے قابل قبول بنایا جائے۔ جب گاہک زیادہ ہوں گے تو اخبار کو زیادہ اشتہار ملیں گے، آمدنی بڑھے گی اور اس آمدنی سے اخبار کو اور بہتر بنایا جائے گا۔ اس سے اشاعت اور بڑھے گی اور نتیجے کے طور پر اشتہار بھی پہلے سے زیادہ ملیں گے۔ اس طرح ترقی کے راستے کھلتے چلے جائیں گے۔ معاشی خوشحالی اور آزادی کا نتیجہ یہ ہوگا کہ اخبار کسی بیرونی دباؤ کو قبول نہیں کرے گا۔ اور بغیر کسی خوف کے معاشرے کی خدمات انجام دے سکے گا۔

کاروبار کا ایک اور پہلو بھی ہے جس کے بارے میں شک و شبہہ کا اظہار کیا جاتا ہے۔ کہا جاتا ہے کہ جب اخباروں میں اشاعتیں بڑھانے کے لیے مسابقت کا بازار گرم ہوتا ہے تو حریف اخبار کوشش کرتے ہیں کہ عوام کے سستے ذوق کی تسکین کے لیے ایک دوسرے پر بازی لے جائیں۔ اس طرح صحافت کا معیار گرتا ہے اور معاشرے کا ذہن آلودہ ہو جاتا ہے۔ یہ بات غیر صحیح نہیں لیکن اس کا سب سے بڑا توڑ خود رائے عامہ ہے۔ عام لوگ عارضی طور پر شاید اس جھانسے میں آ جائیں لیکن آخر کار وہ صحت مند اقدار ہی کو پسند کرتے ہیں۔ دوسرے آداب صحافت کے اصول موجود ہیں اور مختلف ملکوں کی اخباری انجمنوں نے ضابطہ ہائے اخلاق بنا رکھے ہیں جو اس قسم کے رجحانات کی روک تھام میں مدد دیتے ہیں۔

ایسا عمل مختلف ملکوں میں ہؤا اور اس کا نتیجہ اس صورت میں نکلا کہ صحافت تین حصوں میں بٹ گئی :

(الف) **خواص پسند یا باوقار صحافت :** ایسے اخبار جو علمی اعتبار سے اُونچے طبقے میں پڑھے جاتے ہیں ان کی اشاعت کم ہوتی ہے لیکن اثر بہت ہوتا ہے - چوں کہ ان کے قارئین کی قوت خرید زیادہ ہوتی ہے اس لیے اُنھیں اتنے اشتہار مل جاتے ہیں کہ کاروبار بخوبی چلتا ہے -

(ب) **عوام پسند صحافت :** ایسے اخبار، جو کم پڑھے لکھے یا نیم خواندہ افراد کے ذہنی تقاضے پورے کرتے ہیں - ان میں تصاویر زیادہ ہوتی ہیں، عنوان بڑے ہوتے ہیں، خبریں ڈرامائی لیکن سادہ انداز میں لکھی جاتی ہیں، زبان سلیس ہوتی ہے اور آبادی کے مختلف طبقات کے لیے مخصوص فیچر دیے جاتے ہیں - ان اخباروں کی اشاعتیں وسیع ہوتی ہیں، اس لیے انھیں بہت اشتہار مل جاتے ہیں -

(ج) **زرد صحافت :** ایسے اخبار، جن میں جنس و جرم کی خبریں بڑھا چڑھا کر دی جاتی ہیں - ہر خبر میں سنسنی پیدا کرنے کی کوشش کی جاتی ہے اور سستے ذوق کی تسکین کا سامان فراہم کیا جاتا ہے - ان اخباروں کی اشاعتیں بھی وسیع ہوتی ہیں -

بہرحال رفتہ رفتہ زرد صحافت کا اثر ہر جگہ ختم ہو رہا ہے - امریکہ میں یہ ایک خاص حد تک موجود ہے - برطانیہ میں تقریباً معدوم ہو چکی ہے اور جاپان میں تو پچاس پچاس ساٹھ ساٹھ لاکھ اشاعت کے اخباروں کا بھی یہ حال ہے کہ اُن میں کوئی مخرب اخلاق چیز نہیں چھپتی -

صحافت صنعت کا روپ لیتی ہے تو اس میں یہ خدشہ بھی پیدا ہوتا ہے کہ جب صنعت کار سرمایہ لگائیں گے تو ان کا واحد مقصد یہ ہوگا کہ منافع حاصل ہو اور اس طرح صحافت کا مبلغانہ پہلو پس پشت رہ جائے گا - بظاہر یہ نظریہ غلط معلوم نہیں ہوتا لیکن اگر مندرجہ ذیل پہلو پیش نظر رکھے جائیں تو معاملہ واضح ہو جائے گا :

۱- صحافت وہ واحد صنعت ہے جس کی مصنوعات کو ہر روز آزمائش کی بھٹی سے نکلنا پڑتا ہے - قارئین جس دن چاہیں انھیں خریدنا بند کر سکتے ہیں اور چوں کہ متبادل اخبار موجود ہوتے ہیں ، اس لیے قارئین کو کسی مشکل کا سامنا نہیں کرنا پڑتا - گویا اخبار کا وجود گاہکوں کے رحم و کرم پر ہوتا ہے - جس صنعت کا یہ حال ہو وہ اگر مبلغانہ جذبے سے عاری ہو جائے تو کتنے دن چل سکتی ہے ؟

۲- سرمایہ دار روپیہ لگاتے ہیں لیکن اخبار کی ترتیب و تحسین اور تحریر تو بہرکیف صحافیوں کے ہاتھ میں ہوتی ہے - اگر صحافی مبلغانہ جذبے سے عاری نہ ہوں تو کوئی وجہ نہیں کہ اخبار اس جذبے سے محروم ہو جائیں -

۳- پھر دوسرے دباؤ بھی ہوتے ہیں - مثلاً معاشرے کا دباؤ ' قانون کا خوف ، ضابطہ' اخلاق کی پابندی اور دوسرے اخباروں کا وجود - یہ سب عناصر اخبار کو صراط مستقیم سے ہٹنے میں دیوار کا کام دیتے ہیں -

اس تمام بحث سے ہم اس نتیجے پر پہنچتے ہیں کہ صنعت کا روپ لینے سے صحافت کے کردار پر مجموعی طور پر نہ صرف کوئی برا اثر نہیں پڑا بلکہ معاشی خوشحالی اور آزادی نے صحافت کو آزاد رہنے میں مدد دی ہے - اس لیے صحافت بیک وقت ایک معاشری ادارہ بھی ہے اور ایک صنعت بھی اور وہ ایک ہی وقت پر دونوں کے تقاضے پورے کر سکتی ہے -

صحافت کی اقسام

صحافت سات اقسام میں تقسیم کی جا سکتی ہے - روزنامے ، ہفت روزہ اخبار ، ادبی مجلے ، ڈائی جسٹ رسالے ، پیشہ ورانہ یا خاص گروہوں کے لیے رسالے ، ریڈیو اور ٹیلی ویژن -

۱ - **روزنامے :** ان کا منصب اولین یہ ہے کہ قارئین کو مقامی ، قومی اور بین الاقوامی واقعات سے روز بروز باخبر کرتے چلے جائیں ،

واقعات پر رائے زنی کر کے ہر روز رہنمائی کا فرض سر انجام دیں اور ایسی معلومات فراہم کریں جو زندگی کے ہر شعبے سے تعلق رکھتی ہوں۔ نیز معاشرے کے آئینے کا کام دیں۔

۲ ۔ **ہفت روزہ اخبار :** ایسے اخباروں کا تعلق روزمرہ واقعات کی فوری نشان دہی سے نہیں ، بلکہ اُن کے مجموعی تاثر سے ہوتا ہے۔ ان میں وقتی دلچسپی کی چیزیں ہوتی ہیں ۔ لیکن یہاں روزناموں کے مقابلے پر ''وقتی دلچسپی'' کا مفہوم اس حد تک بدل جاتا ہے کہ ان میں زیادہ وقت کی دلچسپی کا مواد شامل ہوتا ہے اور بعض ہفت روزہ (مثلاً نیوز میگزین قسم کے) رسالے اس نقطۂ نگاہ سے مرتب کیے جاتے ہیں کہ ایسے قارئین کے ذوق کو آسودہ کریں جو ہر روز اخبار پڑھنے کی جگہ ہفتے میں ایک اخبار پڑھ کر حالات حاضرہ کے بارے میں تمام ضروری معلومات حاصل کر لینا چاہتے ہیں ۔

۳ ۔ **مجلے :** ان میں وقتی دلچسپی کا مواد بہت کم ہوتا ہے۔ زیادہ تر مستقل اہمیت کا مواد دیا جاتا ہے ، مثلاً غزلیں ، نظمیں ، گیت ، افسانے ، خاکے ، تنقیدی مقالات ، تبصرے ۔

۴ ۔ **ڈائی جسٹ رسالے :** یہ نیم ادبی ، نیم معلوماتی ، اور تفریحی مواد ''ڈائی جسٹ'' کے روپ میں پیش کرتے ہیں ۔ ادبی مجلوں کے مقابلے پر ان کی اشاعت کہیں زیادہ ہوتی ہے۔ کیونکہ یہ تمام مواد کو اس طرح دیتے ہیں کہ کم پڑھے لکھے لوگ بھی اس سے استفادہ کر سکیں نیز ان میں موضوعات بہت متنوع ہوتے ہیں ۔

پیشہ ورانہ اور گروہی رسالے : پیشہ ورانہ رسالوں سے مراد وہ تمام رسالے ہیں جو کسی نہ کسی پیشے سے تعلق رکھتے ہیں ۔ مثلاً طبی رسالے ، تجارتی رسالے ، کسی خاص ہنر سے تعلق رکھنے والے رسالے ، ان میں وہ ''ہاؤس جرنل'' بھی شامل ہیں جو بڑے بڑے تجارتی ادارے اپنے کاروبار میں ملازم لوگوں کی دلچسپی کے لیے چھاپتے ہیں یا جو کالجوں کے طلبہ یا سکولوں کے طلبہ کے لیے مخصوص ہوتے ہیں ۔ گروہی رسالوں سے ہماری مراد ایسے رسالے ہیں جو کسی خاص گروہ کی دلچسپی کے ہوں ، مثلاً بچوں کے رسالے ، عورتوں کے رسالے ، فلمی رسالے وغیرہ ۔

ریڈیو : ریڈیو خبراں مہیا کرتا ہے ، خبروں پر تبصرے پیش کرتا ہے ، واقعات حاضرہ میں شرکت کا احساس پیدا کرنے کے لیے بعض تقاریب کو اور بعض اوقات پارلیمانی کارروائی کو ریلے کرتا ہے اور چھوٹے واقعات کو ''نیوز ریل'' کے روپ میں پیش کرتا ہے۔ اس کے ذرائع خبر رسانی وہی ہیں جن پر اخبار انحصار کرتے ہیں ۔ فرق صرف یہ ہے کہ خبروں کی تشہیر کا انداز کافی حد تک اخباری انداز سے مختلف ہوتا ہے ۔

۷ ۔ **ٹیلی ویژن :** ریڈیو کا تعلق صرف کانوں سے ہوتا ہے ۔ ٹیلی ویژن سمعی ادارہ بھی ہے اور بصری بھی ۔ اس میں خبروں کی پیشکش تصویری انداز میں بھی ہوتی ہے اور سننے اور دیکھنے والے گھر بیٹھے مختلف واقعات کا مشاہدہ کر لیتے ہیں ۔

ان سب اقسام کی صحافت میں کچھ باتیں مشترک ہیں اور کچھ ایک دوسری سے مختلف ۔ بنیادی امور وہی ہیں جو روزانہ اخباری صحافت سے تعلق رکھتے ہیں ۔ جو شخص ان امور سے پورے طور پر آگاہ ہو جائے وہ صحافت کے دوسرے شعبوں میں تھوڑی سی مزید تربیت کے بعد کام کر سکتا ہے ۔

صحافت کی تربیت

صحافت ایک پیشہ ہے جس کے لیے تربیت ضروری ہے۔ اس کی دو قسمیں ہیں :—

اول : اخبار کے دفتر میں کام کر کے تربیت کا حصول

دوم : یونیورسٹیوں کے شعبہ ہائے صحافت سے اکتساب علم

کچھ لوگوں کا خیال ہے کہ صحافت ایک ایسا پیشہ ہے جس کی تربیت کا بہترین مقام اخبار کا دفتر ہے کیونکہ یہاں کام کا عملی تجربہ ہوتا ہے ۔ ان لوگوں کے نزدیک یونیورسٹیوں کے شعبہ ہائے صحافت عملی تجربے کی وہ سہولتیں کبھی مہیا نہیں کر سکتے جو اخباری دفاتر میں موجود ہوتی ہیں ۔ اس کے برعکس کچھ لوگ اس انداز میں بھی سوچتے ہیں کہ شعبہ ہائے صحافت اس پیشے کے مختلف پہلوؤں کے بارے میں بنیادی معلومات فراہم کرتے ہیں ۔ نیز علوم عمرانی کی تربیت دے کر طالب علم کی عمومی معلومات کا دائرہ وسیع کرنے میں مدد دیتے ہیں ، اس لیے ان شعبوں کا

وجود ضروری ہے - بہر حال ایک بات واضح ہے کہ صحافت کی ڈگری لی جائے یا نہ لی جائے اخبار کے دفتر میں عملی تربیت ہر لحاظ سے ضروری ہے -

صحافی کے بنیادی اوصاف

اخبار کے دفتر میں براہ راست تربیت حاصل کرنا ہو یا یونیورسٹی کے شعبۂ صحافت میں داخلہ لینا ہو - اس کے لیے ضروری ہے کہ اُمید وار میں چند بنیادی اوصاف موجود ہوں - ان میں سر فہرست وصف معلومات عامہ سے آگاہی ہے - معلومات عامہ سے مراد ہے عمرانی علوم سے واقفیت ، قومی اور بین الاقوامی مسائل میں دلچسپی ، اپنے ملک ، اپنے علاقے اور اپنے شہر کے بارے میں تاریخی اور جغرافیائی اور تہذیبی معلومات -

تحریر کا ملکہ دوسرا بڑا وصف ہے - جو شخص اپنا مافی الضمیر سلیس اور سادہ زبان میں پیش کر سکے اور جو لکھنے کے لیے ''موڈ'' کا انتظار نہ کرے وہ صحافی بن سکتا ہے - اگر کوئی شخص اُردو صحافت میں آنا چاہے تو اس کے لیے ضروری ہے کہ انگریزی سے اردو میں بامحاورہ اور رواں ترجمہ کر سکے - جو لوگ انگریزی صحافت میں کام کرتے ہیں اُن کو اُردو زبان سے پوری واقفیت ہونی چاہیے کیونکہ قومی زبان کی ترقی کے ساتھ ساتھ معلومات کے زیادہ سے زیادہ ماخذ اُردو میں ہوں گے -

تحریر کے ملکہ کے لیے ضروری ہے کہ متعلقہ زبان کے **ادب کا گہرا مطالعہ** کیا ہو - اگرچہ صحافت کو ادب عالیہ میں شمار نہیں کیا جاتا لیکن صحافتی کام میں ادبی قابلیت بہت مدد گار ثابت ہوتی ہے -

قوت مشاہدہ کے بغیر کوئی شخص صحافت میں کامیاب نہیں ہو سکتا - صحافت ماحول کی تصویر کشی اور ترجمانی کرتی ہے اور اس کے لیے ضروری ہے کہ جو لوگ صحافی بننا چاہیں اُن کی قوت مشاہدہ تیز ہو -

ایک صاف اور پر سکون ذہن صحافت کے پیشے میں بہت مدد دیتا ہے کیونکہ ذہن صاف ہو تو مسائل واضح ہوتے ہیں اور اُن کا ابلاغ آسان

ہو جاتا ہے - اور اگر ذہن میں اُلجھنیں ہوں تو مسائل سمجھنے میں مشکل پیش آتی اور تحریر میں بھی اُلجھن پیدا ہو جاتی ہے - پُر سکون ذہن اس لیے درکار ہے کہ صحافی کی زندگی میں پریشانیاں بھی آتی ہیں - بعض اوقات کام بہت تیزی سے کرنا ہوتا ہے - ایسے میں اعصابی کھچاؤ بھی پیدا ہو جاتا ہے لیکن جس شخص کا ذہن پُر سکون ہو گا وہ ان تمام حالات کا مقابلہ کر سکتا ہے -

صحافت کا بنیادی منصب یہ ہے کہ عوام تک تمام معلومات بہم پہنچائی جائیں - اس لیے جو لوگ اس پیشے کو اختیار کرنا چاہتے ہیں اُن میں ایک تو **تجسس کا جذبہ** ہونا چاہیے تاکہ وہ حالات کی تہ تک پہنچ سکیں اور معلومات کے ہر پہلو کو پیش کر سکیں دوسرے اُنھیں احساس ہو کہ معلومات صحیح ہونی چاہیں - اگر صحافی **صحت معلومات کا خیال** نہیں رکھے گا تو وہ بہت جلد ناکام ہو جائے گا - تیسرے غیر جانب دارانہ طرز عمل ضروری ہے - خبروں کی ادارت میں **غیر جانبداری** صحافت کا بنیادی اُصول ہے - اداریہ نگاری میں اگرچہ رائے کا اظہار کیا جاتا ہے لیکن اس میں بھی اس حد تک **غیر جانبداری** ضروری ہے کہ تصویر کے دونوں پہلو سامنے آجائیں -

جو لوگ **اچھی یاد داشت** رکھتے ہیں وہ دوسروں کے مقابلے پر بہتر صحافی بن سکتے ہیں کیونکہ بسا اوقات معلومات مکمل کرنے کے لیے حوالوں کی تلاش کی فرصت نہیں ہوتی - ایسے میں اچھی یادداشت کا حامل شخص فائدے میں رہتا ہے -

اور آخری نکتہ ہے ، **کام کرنے کا جنون** - زندگی کا کوئی بھی شعبہ ہو جب تک کام کرنے کا جنون نہ ہو گا انسان کامیاب نہیں ہو سکتا - بعض ایسے شعبے بھی ہیں جن میں سست روی سے بھی کام چل جاتا ہے لیکن صحافت کا پیشہ ایسا ہے کہ اس میں ہر روز بلکہ ہر لمحہ آزمائش کا مرحلہ پیش آتا ہے ، اس لیے یہاں جنون کے سوا اور کوئی راستہ نہیں - جن لوگوں کو صحافت سے واقعی اور حقیقی دلچسپی ہو صرف انھیں کو اس میں داخل ہونا چاہیے -

صحافت کے پیشے کے لیے ان تمام اوصاف کا یکجا ہونا ضروری ہے۔ یہ کہنا غلط ہے کہ جو اچھا ادیب ہے وہ ضرور اچھا صحافی بن سکتا ہے یا جو لوگ مصنف ہیں یا نقاد ہیں وہ صحافت میں ضرور بہت کامیاب ہو سکتے ہیں۔ ادیب میں تخلیقی قوت موجود ہوتی ہے لیکن وہ موڈ اور inspiration کا انتظار کرتا ہے۔ صحافت میں انتظار کی کوئی گنجائش نہیں۔ بڑے بڑے مصنف اعلیٰ سے اعلیٰ کتابیں لکھتے ہیں اور اُن کے منصب کی اہمیت سے انکار نہیں لیکن تصنیف و تالیف میں وقت کی قید نہیں ہوتی۔ صحافت میں وقت کی قید ہر وقت دامن گیر رہتی ہے اور یہ بہت بڑی آزمائش ہے۔ پس جو لوگ محض ادب سے مس رکھنے کی بنا پر صحافت میں داخل ہونا چاہتے ہیں انھیں اپنی ذات کو باقی اوصاف کی کسوٹی پر بھی پرکھنا چاہیے اور اچھی طرح سوچ سمجھ کر اس میدان میں داخل ہونا چاہیے کہ

اس میں دو چار بہت سخت مقام آتے ہیں

ایسے قابل اور ذہین صحافی موجود ہیں جن کے پاس کوئی تعلیمی ڈگری نہیں لیکن اب اخبار جن لوگوں کو تربیت کے لیے بھرتی کرتے ہیں اُن کے لیے **گریجویٹ ہونا ایک ضروری شرط ہے**، کیونکہ ایک کم از کم بی اے نوجوان کے بارے میں یہ فرض کیا جاتا ہے کہ وہ بنیادی تعلیم حاصل کر چکا ہے۔ یونیورسٹیوں میں صحافت کے جو کورس موجود ہیں اُن میں داخلے کے لیے بھی اُمیدوار کا گریجویٹ ہونا لازمی ہے۔

خلاصہ

''اخبار''، ''اخبار نویس'' اور ''روزنامہ'' کی اصطلاحات کا آغاز شاہی وقائع نگاری کے نظام سے ہوا۔ قلمی اور مطبوعہ صحافت میں بھی انھیں کا رواج ہوا۔ طباعت کی نئی مشینوں، بھاپ سے چلنے والے جہازوں اور ریلوں، اور تار اور بے تار برقی کی ایجادات نے صحافت کو مؤثر بنایا اور ریڈیو اور ٹیلی ویژن نے اس کا دائرہ بے حد وسیع کر دیا۔

صحافت مشن بھی ہے اور کاروبار بھی - ان دونوں عناصر کی یکجائی کے بغیر صحافت کا تصور ممکن نہیں - صحافت صنعت کا روپ لے کر آزادی کے راستے پر گامزن ہے کیوں کہ معاشی آزادی ہی پر آزادیٔ صحافت کی بنیادیں استوار ہوتی ہیں - صنعتی دور میں صحافت میں مسابقت کا بازار گرم ہے - اس کے مضر پہلوؤں کی روک تھام رائے عامہ کی تنظیم اور ضابطہ ہائے اخلاق سے ہوتی ہے -

عوام کے مختلف طبقات کے ذوق کی آسودگی کے لیے صحافت تین گروہوں میں تقسیم ہو چکی ہے - خواص پسند صحافت ، عوام پسند صحافت اور زرد صحافت - مؤخر الذکر ہر جگہ رو بہ زوال ہے -

صحافت کی یہ قسمیں ہیں : روز نامے ، ہفت روزہ اخبار ، ادبی مجلے ، ڈائی جسٹ رسالے ، پیشہ ورانہ یا خاص گروہوں کے لیے مخصوص رسالے ، ریڈیو اور ٹیلی ویژن -

صحافت میں داخل ہونے کے لیے ان اوصاف کا وجود ضروری ہے : معلومات عامہ سے آگہی ، تحریر کا ملکہ ، ادب کا گہرا مطالعہ ، قوت مشاہدہ ، صاف اور پُر سکون ذہن ، تجسس کا جذبہ ، صحت معلومات کا خیال ، غیر جانبداری ، اچھی یادداشت اور کام کرنے کا جنون - بنیادی تعلیم کے سلسلے میں گریجویٹ ہونا ضروری ہے -

سوالات

۱ - صحافت کسے کہتے ہیں ؟ ''اخبار'' ، ''اخبار نویس'' ، ''وقائع'' اور ''روزنامہ'' کی اصطلاحات کا آغاز کیسے ہؤا ؟

۲ - وہ کون سے عناصر ہیں جنھوں نے صحافت کا دائرہ کار وسیع کیا اور اس کے معانی کو وسعت بخشی ؟

۳ - صحافت مشن ہے یا صنعت ؟ تفصیل سے روشنی ڈالیے -

۴ - صحافت کی اقسام بیان کیجیے -

۵ - صحافت کی تربیت حاصل کرنے کے لیے کون سے بنیادی اوصاف درکار ہیں اور کیوں ؟

۶ - مندرجہٗ ذیل موضوعات پر مختصر نوٹ لکھیے -

خواص پسند صحافت ، عوام پسند صحافت ، زرد صحافت ، صحافتی تربیتؔ کے مختلف طریقے، معاشی آزادی اور آزادیٔ صحافت ، صحافی اور ادیب میں فرق -

اخباری نظام کی ترکیب

ایک زمانہ تھا، جب اخبار نکالنا اور چلانا کوئی مشکل کام نہیں تھا - جو لوگ چھاپہ خانہ چلاتے تھے وہ ایک عدد اخبار بھی نکال لیتے تھے - اور اس میں کسی لمبے چوڑے تکلف کی ضرورت نہیں تھی - چھوٹے سے ہفت روزہ کے لیے ایک کاتب مقرر کرتے اور لکھنے پڑھنے کی معمولی شد بد رکھنے والے کسی شخص کو ایڈیٹر بنا لیتے - انتظامیہ امور کا وجود اور عدم وجود برابر تھے - اس لیے یہ کام چھاپے خانے کے کسی منشی کے سپرد ہو جاتا تھا - ایڈیٹر صاحب ایک آدھ چیز خود لکھتے، ایک آدھ چیز ڈاک میں سے نکال کر اور نوک پلک درست کر کے کاتب کے حوالے کر دیتے - باقی مواد دوسرے اخباروں سے نقل ہو جاتا تھا - کاتب کے جی میں جس طرح آتی وہ کاپی جوڑ دیتا - اس کے بعد سو ڈیڑھ سو پرچے چھپتے - منشی انھیں بذریعہ ڈاک خریداروں کے نام بھیج دیتا - جب کسی کا چندہ ختم ہوتا منشی سرخ پنسل سے نشان لگا دیتا - اگر اس پر بھی نہ آتا تو یاد دہانی کی چٹھی لکھ دیتا - جب اس کا بھی اثر نہ ہوتا تو دو چار سطریں اُس کے خلاف اخبار میں لکھوا دیتا اور خریدار بدنامی سے بچنے کے لیے چندہ بھیج دیتا - اس طرح اخبار کی گاڑی لشتم پشتم چلتی رہتی تھی -

آہستہ آہستہ کاروبار میں توسیع ہوئی - خریداروں کی تعداد بڑھی اور اخباروں کو یہ احساس بھی ہؤا کہ اشتہارات سے بھی آمدنی آ سکتی ہے - یوں تو اشتہار شروع سے چھپتے تھے اور اُن کا معاوضہ بھی ملتا تھا لیکن اس مد سے آمدنی اتنی قلیل ہوتی تھی کہ اس سے اخبار کی معیشت پر کوئی خاص اثر نہیں پڑتا تھا - بیسویں صدی کے آغاز میں برعظیم پاک و ہند کے اخباروں نے اس طرف خصوصی توجہ دی اور ان کے انتظامیہ عملے میں ایک نہ ایک ملازم ضرور اس کام پر مامور ہوتا کہ وہ اشتہار فراہم کرے -

پچھلی صدی میں بہت کم روز نامے بازار میں بکتے تھے بلکہ بازار میں فروخت پسند نہیں کی جاتی تھی کیونکہ سالانہ یا ششماہی چندہ تو مناسب ہوتا تھا لیکن قیمت فی پرچہ اتنی زیادہ ہوتی تھی کہ شاید ہی کوئی شخص بازار سے اخبار خریدنے کی جرأت کرتا تھا ۔ اس کی وجہ یہ تھی کہ مستقل خریداروں سے بندھی بندھائی رقم آ جاتی تھی اور انتظامیہ کا عملہ اس قابل نہیں تھا کہ بازار میں فروخت کا حساب رکھتا ۔

''پیسہ اخبار'' اور ''اخبار عام'' نے اس رسم کو توڑا اور جدید صحافت کی بنیاد رکھی ۔ ان روزناموں کی قیمت فی پرچہ ایک پیسہ یا دو پیسے تھی ۔ مستقل خریداروں کی خاصی تعداد موجود تھی لیکن یہ اخبار فروشوں کے ذریعے سے بھی بکتے تھے ۔ چونکہ مختصر خبریں اور مختصر اداریے چھاپتے تھے اور ان کی زبان آسان تھی اس لیے ان کی اشاعتیں بعض اوقات دس دس ہزار سے بھی متجاوز ہوتیں ۔ اس دور میں اخباری نظام کی ترکیب میں بھی نمایاں تبدیلی ہوئی ۔ ادارتی عملے میں اضافہ ہؤا اور انتظامیہ عملے کی نفری بھی بڑھ گئی ۔ ایک مینجر ہوتا تھا اس کے ماتحت دو کارک ہوتے تھے ، ایک آدمی اکاؤنٹنٹ بھی ہوتا تھا اور اشتہارات اور اشاعت ، دونوں کی طرف توجہ دی جاتی تھی ۔

جنگ طرابلس (۱۹۱۰ء) ، جنگ بلقان (۱۹۱۲ - ۱۳ء) ، پہلی عالمی جنگ (۱۹۱۴ - ۱۸ء) اور تحریک خلافت (۱۹۲۱ - ۲۳ء) کے دور میں نئے اخبار وجود میں آئے ۔ یہ بنیادی طور پر سیاسی اخبار تھے اور ان کی اشاعتیں سیاسی تحریکوں کے اتار چڑھاؤ کے مطابق بڑھتی اور کم ہوتی تھیں ۔ اس دور میں ادارتی عملے زیادہ منظم ہوئے ۔ ان میں بڑی بڑی ادبی شخصیتیں شامل ہوئیں ۔ اخبار ایڈیٹر کے نام پر چلتے تھے اور ایڈیٹر کو صرف ادارتی امور سے تعلق ہوتا تھا ۔ انتظامیہ امور اس کے احاطۂ اختیار سے باہر سمجھے جاتے تھے ، بلکہ یوں کہیے کہ ایڈیٹر لوگ انتظامیہ امور میں دلچسپی کو اپنی شان کے منافی قرار دیتے تھے ۔ ادھر مینجر حضرات بھی یہ ضروری نہیں سمجھتے تھے کہ ادارتی امور میں کچھ شد بد حاصل کریں ۔ اس طرح انتظامیہ عملے اور ادارتی عملے کے درمیان بُعد نے مستقل صورت اختیار

کر لی - رہی طباعت تو اس دور میں یہ ضروری نہیں تھا کہ اخبار کے پاس اپنا چھاپہ خانہ بھی ہو ، اور جہاں چھاپہ خانہ موجود تھا وہاں اس کا مینجر بھی اخبار سے کچھ لاتعلق سا رہتا تھا - گویا طباعت ' ادارت اور انتظامی شعبوں کے درمیان کوئی گہرا تال میل موجود نہیں تھا -

دو بڑی عالمی جنگوں کے درمیانی عرصے میں اخباری معیشت میں نمایاں تبدیلی واقع ہوئی - ایڈورٹائزنگ ایجنسیاں معرض وجود میں آئیں - ملکی صنعت تو ابھی گھٹنوں کے بل چل رہی تھی لیکن غیر ملکی بالخصوص برطانوی مصنوعات کی فروخت عام تھی - یہ ایجنسیاں انھیں مصنوعات کے اشتہار فراہم کرتی تھیں - ادھر سرکاری اشتہارات پہلے عدالتی اشتہاروں کے روپ میں آئے پھر ڈسپلے اشتہار بھی دیے جانے لگے - اسی دور میں اشتہارات صحافت کی شہ رگ بنے اور ایسے اخبار کا تصور ناپید ہونے لگا جس میں اشتہار نہ ہوں - اس دور میں ہر بڑے اخبار کا انتظامیہ شعبہ زیادہ مضبوط ہؤا تاکہ ایک طرف اشاعت بڑھائی جا سکے اور دوسری طرف زیادہ اشتہارات فراہم کیے جا سکیں - جن علاقوں پر پاکستان مشتمل ہے یہاں کے ہندو روزنامے مالی طور پر زیادہ مستحکم تھے اور مسلمانوں کے اخبار اس لحاظ سے کمزور رہے - اس کی بڑی وجہ یہ تھی کہ ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں پر ہندو غالب تھے اور وہ کثیرالاشاعت مسلمان اخباروں کو بھی اشتہار دینے میں خسّت کا مظاہرہ کرتے تھے - نتیجہ یہ تھا کہ ہندو اخباروں کے انتظامیہ شعبے مضبوط تھے اور مسلمان اخباروں کے کمزور - ادارت ' انتظام و انصرام اور طباعت کے شعبوں میں 'بعد بہرحال قائم رہا - یہی وجہ ہے کہ ہندو اخبار بھی اتنی ترقی نہ کر سکے جتنی کی جا سکتی تھی -

قیام پاکستان کے بعد کچھ دیر ہماری صحافت اُسی پرانے ڈھرے پر چلتی رہی ، پھر آہستہ آہستہ مشترکہ سرمایے کی کمپنیوں کا قیام شروع ہؤا اور جو اخبار پہلے انفرادی ملکیت میں تھے وہ بھی مشترکہ سرمایے کی کمپنیوں کے زیر اہتمام آ گئے - جب زیادہ سرمایہ لگا تو اخبار کے سبھی شعبوں کی بہتری کا سامان پیدا ہؤا - ادارتی عملے میں خاصا پھیلاؤ ہؤا اور نتیجے میں اخبارات کا معیار بلند ہؤا - انتظامیہ شعبوں میں زیادہ عملہ مقرر

کیا گیا - طباعت میں کچھ نئی تبدیلیاں ہوئیں - اُردو صحافت میں لیتھو سے گریز تو ممکن نہیں تھا لیکن 'دہری چھپائی کے ذریعے سے کچھ تصاویر آنے لگیں - کچھ اخباروں نے جزوی طور پر ٹائپ میں طباعت کا تجربہ کیا لیکن یہ کامیاب نہ رہا اور طباعتی انقلاب اُس وقت برپا ہوُا جب اُردو اخباروں نے ''آف سیٹ'' طریق طباعت اختیار کیا - اس سے تصویری صحافت بھی بڑی دھوم دھام سے میدان میں آ گئی - اخباروں کے ظاہری حسن میں اضافہ ہوُا ، باطنی حسن کے لیے بھی تگ و دو شروع ہوئی اور اخبارات میں مسابقت کا بازار گرم ہوُا - ہر اخبار قارئین کے زیادہ سے زیادہ گروہوں کو متوجہ کرنے کے لیے نت نئے فیچر دینے لگا - معاشرے کے مختلف طبقات کی ضرورتوں کا خیال رکھنے لگا - اس سے اشاعتوں میں بے پناہ اضافہ ہوُا اور اخبارات کے تمام شعبوں میں نفری بڑھ گئی اور اخباری نظام کی ترکیب زیادہ پیچیدہ لیکن زیادہ مؤثر ہو گئی - اس کے نمایاں نقوش یہ ہیں :

۱ - ایڈیٹروں کی وہ کھیپ قریب قریب معدوم ہو گئی جس کے نزدیک ایڈیٹر کا کام صرف اداریہ نگاری تھا - اب ایسے ایڈیٹر معرض وجود میں آئے جنھیں مینجنگ ایڈیٹر کہا جاتا ہے - ان کے لیے فن صحافت میں دسترس تو ضروری ہے لیکن اداریہ نگاری ضروری نہیں - ان کا کام یہ ہے کہ شعبۂ ادارت ، شعبۂ انتظامیہ اور شعبۂ طباعت ، تینوں کی نگرانی کریں اور ان میں ہم آہنگی پیدا کریں کیونکہ ان تینوں کے تعاون کے بغیر اخبار چلنا محال ہے -

۲ - اداریہ نگاری کے لیے تقریباً ہر اخبار میں اسسٹنٹ ایڈیٹر مقرر ہیں -

۳ - چونکہ اخبار کی ادارت کا دائرہ بہت وسیع ہو گیا اس لیے تخصص (Specialization) کو خصوصی اہمیت حاصل ہو گئی - مختلف ادارتی شعبوں ، خصوصی کالموں اور فیچروں کے لیے اخبار نویسوں کی بڑی تعداد مہیا ہوئی - رپورٹنگ یا نامہ نگاری کے لیے بھی تنوع کے پیش نظر زیادہ افراد مقرر ہوتے ہیں -

۴ - اشتہارات اور اشاعت کے شعبوں میں خاص توسیع ہوئی - حسابات اور اندرونی آڈٹنگ کے الگ شعبے قائم ہوئے -

۵ - ہر بڑے اخبار کے لیے ضروری ہو گیا کہ اس کا چھاپہ خانہ اپنا ہو - زیادہ اشاعت کے اخباروں کے لیے آفسٹ طباعت کی Web مشینیں ضروری ہوگئیں کیونکہ یہ کم وقت میں سارا اخبار بیک وقت چھاپتی اور تہ کرتی ہیں -

۶ - اخبارات کی تقسیم کا کام ایک باقاعدہ فن کی صورت اختیار کر گیا ہے - بعض اخبار بیک وقت مختلف مقامات سے چھپتے ہیں - کچھ اخبار ایک ہی مقام پر چھپتے ہیں لیکن وہ مختلف مقامات پر صحیح وقت پر پہنچنے کے لیے دو سے پانچ تک ایڈیشن شائع کرتے ہیں -

اس بے پناہ پھیلاؤ کا ایک بڑا تقاضا یہ بھی ہے کہ اخبار نویسوں کو طباعت اور انتظامیہ کے شعبوں کے طریق کار سے آگاہی ہو اور انتظامیہ کارکنوں کو اخبار نویسی کے فن کی مشکلات اور مجبوریوں کا پورا علم ہو -

اخباری نظام

ہم بتا چکے ہیں کہ اخباری نظام کے تین بڑے شعبے ہوتے ہیں: شعبۂ ادارت ، شعبۂ طباعت اور شعبۂ انتظامیہ -

شعبۂ ادارت کا کام یہ ہے کہ پڑھنے کا سارا مواد اُس روپ میں پیش کرے جس طرح ہم اخباروں میں دیکھتے ہیں - یہ شعبہ کئی حصوں میں تقسیم ہوتا ہے ، مثلاً اداریہ نگار ، فیچر نگار ، مدیر مخابرات ، رپورٹنگ کا شعبہ ، فوٹو گرافر ، کارٹونسٹ - پھر شعبۂ کتابت ہے - ایک روزانہ اخبار میں چالیس سے اسی پچاسی تک خوشنویس موجود ہوتے ہیں جو سارے مواد کی کتابت کرتے ہیں - فوٹو گرافی کا شعبہ تصاویر ، کارٹونوں وغیرہ کے پازیٹو تیار کرتا ہے - میک اپ کا شعبہ یہ فیصلہ کرتا ہے کہ مواد کی ترتیب کیونکر ہو اور اُسی کے زیر اہتمام دو دو صفحے کی کاپیاں تیار ہوتی ہیں -

شعبہ طباعت ان کاپیوں سے پلیٹیں بناتا ہے اور پھر انھیں چھاپتا اور تہ کرتا ہے۔

شعبہ انتظامیہ کی ذمہ داری یہ ہے کہ

اول : اخبار عین مقررہ وقت پر تمام مقامی اور بیرونی ایجنٹوں اور خریداروں تک پہنچ جائے اور اس کی اشاعت مسلسل بڑھتی رہے۔

دوم : اخبار کے لیے زیادہ سے زیادہ اشتہار فراہم ہوں۔

سوم : نیوز ایجنٹوں، اشتہاری ایجنٹوں اور تجارتی اداروں سے بل مسلسل وصول ہوتے رہیں۔

چہارم : اخبار کے لیے نیوز پرنٹ (اخباری کاغذ) کا سٹاک جمع رہے۔ خبر رساں اداروں، نامہ نگاروں، بیرونی دفاتر کے کارکنوں، ادارتی، طباعتی اور انتظامیہ شعبوں کے ارکان کو بلوں یا تنخواہوں کی ادائیگی ہوتی رہے۔

یہ تینوں بڑے شعبے ایک دوسرے پر انحصار کرتے ہیں۔ ایک شعبہ ڈھیلا پڑ جائے تو سب متاثر ہوتے ہیں، اس لیے ان تینوں کے درمیان گہرا تال میل قائم رکھنا پڑتا ہے اور اس کی ذمہ داری مینجنگ ایڈیٹر پر ہوتی ہے جو ان سب کا سربراہ ہوتا ہے۔

اخبار چھوٹا ہو یا بڑا اُس میں یہ تمام شعبے موجود ہوتے ہیں۔ یہ الگ بات ہے کہ چھوٹے اخباروں میں عملہ تھوڑا ہوتا ہے اور بڑے اخباروں میں زیادہ۔

اب ہم مثالوں سے واضح کریں گے کہ ایک شعبے کی سستی یا نا اہلی کہاں کہاں اثر کرتی ہے۔ فرض کیجیے ادارتی شعبہ سست ہے، وہ کاتبوں کو مواد دیر سے دیتا ہے، اس سے کتابت میں تاخیر ہوتی ہے، کاپیاں دیر سے بنتی ہیں، دیر سے چھپتی ہیں، گویا اخبار دوسرے اخباروں کے مقابلے پر دیر سے مارکیٹ میں آتا ہے۔ نتیجہ یہ ہوتا ہے کہ ایک طرف اخبار مقررہ بسوں اور ٹرینوں میں جانے سے رہ جاتا ہے دوسرے مقامی فروخت کم ہوتی ہے۔ اگر ادارتی شعبہ ٹھیک وقت پر کام کرتا ہے لیکن

شعبۂ کتابت سست ہے تو اس سے بھی یہی نتیجہ پیدا ہوگا اور اگر پریس سست ہے تو جب بھی یہی نتیجہ ہوگا ۔

اگر پریس میں طباعت ٹھیک نہیں ہوتی اور پرچہ بھدا معلوم ہوتا ہے تو باقی شعبے خواہ کتنے ہی سرگرم کیوں نہ ہوں پرچے کی اشاعت پر برا اثر پڑتا ہے ۔ اور اگر ادارتی اور طباعتی دونوں شعبے حسن کارکردگی کا نمونہ ہیں لیکن انتظامیہ میں گڑبڑ ہے تو پھر اخبار کو نقصان پہنچتا ہے ۔ مثلاً ایجنٹوں کو پرچہ وقت پر نہ ملے تو فروخت بہت کم ہو جاتی ہے ۔ اشاعت بڑھانے کے لیے مناسب اقدامات جاری نہ رہیں تو وہ جہاں ہے وہیں رہ جاتی ہے اور اشتہارات کا محکمہ اس پوزیشن میں نہیں ہوتا کہ مزید اشتہار حاصل کرے یا اشتہاری نرخ بڑھانے کی کوشش کرے ، اور اگر ایجنٹوں کو پرچہ وقت پر ملتا ہے اور اشاعت بڑھتی چلی جاتی ہے لیکن اشتہارات کا محکمہ سست ہے تو اس کا مطلب یہ ہے کہ اشاعت میں اضافے سے کوئی فائدہ نہیں اٹھایا جاتا اور اخبار کو مزید مالی فائدہ نہیں ہوتا بلکہ نقصان ہوتا ہے کیوں کہ اخبار کی قیمت لاگت سے کم ہوتی ہے اور خسارہ اشتہاروں سے پورا کیا جاتا ہے ۔ اشتہار کم رہیں اور اشاعت بڑھتی چلی جائے تو اس سے اخراجات کا تناسب بڑھے گا اور آمدنی کا تناسب وہیں کا وہیں رہے گا ۔

اکاؤنٹس کے محکمے کا کام یہ ہے کہ وہ ایجنٹوں ، اشتہاری ایجنسیوں اور اشتہار دینے والے دوسرے اداروں کو باقاعدہ بل بھیجتا رہے اور اُن کی جلد از جلد وصولی کا بندوبست کرے ۔ اگر اس محکمے کی کارکردگی میں خرابی ہو یا بلوں کی وصولی کم ہو تو اخبار اپنی واجب الادا رقوم کیسے ادا کرے گا ؟ اگر تنخواہوں کی ادائی میں دیر ہوئی تو کارکنوں کے حسن کارکردگی میں فرق پڑے گا ۔ نہ ادارت اچھی ہوگی نہ کتابت معیاری ہوگی اور نہ طباعت ٹھیک ہوگی ۔ نتیجے میں اشاعت کم ہوگی اور اشاعت کم ہوگی تو اشتہاروں میں کمی ہوگی ۔ نتیجہ یہ ہوگا کہ آمدنی کم ہو جائے گی اور اخبار کی معیشت کو ایسا نقصان پہنچے گا جس کی تلافی ناممکن ہوگی ۔

اب ہم پھر شعبۂ ادارت کی طرف آتے ہیں ۔ فرض کیجیے ، اداریہ نگاری ، کالم نویسی ، فیچر نویسی اور خبروں کی ترتیب و تزئین سب تسلی بخش ہیں لیکن مقامی رپورٹر سست ہیں اور وہ یکے بعد دیگرے چند اہم خبریں چھوڑ جاتے ہیں اس سے شہر میں پرچے کا وقار خراب ہوگا اور اشاعت گھٹ جائے گی اور یاد رہے کہ مقامی اشاعت کو کسی اخبار کی مجموعی اشاعت میں بنیادی اہمیت حاصل ہوتی ہے ۔ اگر مقامی رپورٹنگ کا کام ٹھیک ہوتا ہے لیکن شعبۂ ادارت کا کوئی اور حصہ ٹھیک کام نہیں کرتا تو اس سے بھی یہی نتیجہ پیدا ہوگا ۔

اس ساری بحث سے ہم اس نتیجے پر پہنچتے ہیں کہ اخبار کے کاروبار کو کامیاب بنانے میں مینجنگ ایڈیٹر سے لے کر ایک چپڑاسی تک کا ہاتھ ہوتا ہے اور اس مشینری کا ایک پرزہ بھی ڈھیلا ہو جائے تو اس سب کی کارکردگی خاک میں ملنے کا اندیشہ ہوتا ہے ۔ اس لیے مختلف شعبوں کے درمیان ، ان شعبوں کے چھوٹے چھوٹے حصوں کے درمیان اور کارکنوں میں گہری مفاہمت اور تعاون قائم رکھنا ضروری ہے اور اس کے لیے ضروری ہے کہ اخبار نویسوں کو انتظامیہ اور طباعتی شعبوں کے کام سے کچھ نہ کچھ واقفیت ہو ۔ انتظامیہ والوں کو ادارتی اور طباعتی شعبوں کی مجبوریوں کا علم ہو اور طباعتی شعبے کو ادارتی اور انتظامیہ شعبوں کی مشکلات کا احساس ہو ۔ وہ ایک دوسرے کو اپنے سے علیحدہ نہ سمجھیں بلکہ یہ جانیں کہ وہ سب ایک ھی سلسلے کی مختلف کڑیاں ہیں ۔

خلاصہ

صحافت کے ابتدائی دور میں اخباروں کی اشاعتیں محدود تھیں ، اس لیے ان کا نظام کار بھی سادہ تھا ۔ دوسرے دور میں اشاعتیں بڑھیں لیکن کاروباری پہلو کمزور رہا ۔ دو عالمی جنگوں کے درمیان کاروباری پہلو کو تقویت ملی لیکن صحافت نے زیادہ ترقی نہ کی کیوں کہ ادارتی اور انتظامیہ میں بعد قائم رہا اور یہ احساس پیدا نہ ہؤا کہ ان دونوں کے درمیان گہرے تعاون سے ترقی کے نئے دروازے کھل سکتے ہیں ۔

صحافت کے جدید دور میں ایڈیٹروں کی وہ کھیپ قریب قریب معدوم ہو گئی جو اپنے فرائض اداریہ نگاری تک محدود رکھتی تھی - اب ایڈیٹروں کی جگہ مینجنگ ایڈیٹروں نے لے لی جو صحافت ، انتظامیہ امور اور طباعتی معاملات میں یکساں دسترس رکھتے ہیں - ان کی رہنمائی میں صحافتی کاروبار نے ایک نیا روپ لیا اور اس کے تمام شعبوں ـــ ادارتی ، انتظامیہ اور طباعتی کو مضبوط بنایا گیا اور ان تینوں کے درمیان گہرا میل جول ضروری ہو گیا -

اخبار کی مشینری کی کامیابی کسی ایک شعبے کے حسن کارکردگی سے عبارت نہیں ، اس میں تمام شعبوں کی کارکردگی کا حصہ ہوتا ہے - اگر اس مشینری کا ایک پرزہ بھی ڈھیلا ہو جائے تو اس کے نتائج 'دور رس ہوتے ہیں -

سوالات

۱ - صحافت کے ابتدائی دور میں اخبار کا نظام کیسے چلتا تھا ؟

۲ - دو عالمی جنگوں کے درمیانی عرصے میں صحافت کے کاروباری ڈھانچے میں کون کون سی تبدیلیاں ہوئیں ؟

۳ - قیام پاکستان کے بعد ہمارے اخباری نظام میں کیا تبدیلی ہوئی ؟

۴ - مینجنگ ایڈیٹر کے کردار پر روشنی ڈالیے -

۵ - ''اخبار کی کامیابی کے لیے ضروری ہے کہ ادارتی ، انتظامیہ اور طباعتی شعبوں میں گہرا تال میل قائم رہے''، اس پر سیر حاصل تبصرہ کیجیے -

خبر کسے کہتے ہیں ؟

خبر کسے کہتے ہیں ؟ یہ سوال بظاہر بہت سادہ ہے ۔ کیونکہ ہم ہر روز اخبار پڑھتے ہیں جن میں خبروں کا انبار لگا ہوتا ہے ، لیکن جواب دینے پر آئیے تو معلوم ہو گا کہ سوال اتنا سادہ نہیں جتنا ظاہر ہوتا ہے ۔ بڑے بڑے صحافیوں اور اساتذۂ صحافت نے اس سوال کا جواب دینے کی کوشش کی ہے لیکن ابھی تک خبر کی کوئی ایسی تعریف وضع نہیں ہو سکی جس کی جامعیت پر سب کو اتفاق ہو ۔

جو لوگ اخبار میں کام کرتے ہیں انھیں مدت کے تجربے سے مشق ہو جاتی ہے کہ مختلف قسم کی معلومات پر مبنی مواد میں سے ایسی چیزیں چند لمحوں میں چن لیتے ہیں جنھیں خبر کا روپ دینا ممکن ہوتا ہے ۔ اور اگر ان سے پوچھا جائے کہ خبر کی تعریف کیا ہے تو اکثر اس کا صحیح جواب دینے سے قاصر ہوتے ہیں ، لیکن اس کا مطلب ہرگز یہ نہیں ہوتا کہ انھیں صحافت میں پورا درک حاصل نہیں ۔ اس کا مطلب صرف یہ ہے کہ وہ اپنا علم ایسے نوجوانوں تک نہیں پہنچا سکتے جو صحافت کے پیشے میں داخل ہونے کے آرزو مند ہیں اور تربیت کے محتاج ہیں ۔

بہر حال بہت سے صحافیوں اور اساتذۂ صحافت نے اپنے اپنے نقطۂ نگاہ کے مطابق خبر کی جو تعریف بیان کی ہے اُن سب کے مطالعہ سے ہم کسی نہ کسی نتیجے پر پہنچ سکتے ہیں ۔

برطانیہ کی عوام پسند صحافت کے باوا آدم لارڈ نارتھ کلف سے ایک بار یہی سوال پوچھا گیا تو اُنھوں نے کہا : ''اگر کتا انسان کو کاٹے تو یہ کوئی خبر نہیں لیکن اگر انسان کتے کو کاٹ لے تو یہ خبر ہے ۔''
بہ ظاہر یہ بات محض ایک لطیفہ معلوم ہوتی ہے لیکن اگر سوچا جائے تو

اس میں ایک نکتہ ضرور موجود ہے کہ خبر کا تعلق ایسے واقعات و مشاہدات سے ہوتا ہے جو معمول سے ہٹ کر ہوں - اور یہ تعریف بھی لارڈ نارتھ کاف ہی کی وضع کردہ ہے - آئیے ہم اس تعریف کا تجزیہ کرنے کی کوشش کریں -

معاشرے کا معمول کیا ہے ؟ یہی کہ لاکھوں افراد کاروبار زندگی میں مصروف ہوتے ہیں - کوئی کاروبار کرتا ہے ، کوئی ملازمت کرتا ہے ، کوئی ہل چلاتا ہے ، کچھ پڑھتے ہیں ، کچھ پڑھاتے ہیں - ہر شخص اپنے والدین سے اور بیوی بچوں سے پیار کرتا ہے - اپنے فرائض کی ادائیگی میں ہمہ تن مصروف رہتا ہے - ان میں سے کچھ لوگ معمول کے خلاف عمل کرتے ہیں - مثلاً کچھ تجارت پیشہ لوگ بلیک مارکیٹ اور سمگلنگ کرتے پکڑے جاتے ہیں ، کوئی ملازم رشوت لیتے گرفتار ہو جاتا ہے ، کوئی کسان پاس کی کھیتی کے مالک کا پانی چرا لیتا ہے جس پر جھگڑا ہو جاتا ہے اور خون خرابا ہوتا ہے ، طلبہ کا ایک گروہ ہڑتال کر دیتا ہے ، اساتذہ بہتر تنخواہوں کے لیے ہنگامہ کھڑا کر دیتے ہیں ، کسی پر ایسی دیوانگی طاری ہوتی ہے کہ وہ باپ کو قتل کر دیتا ہے ، اولاد کو موت کے گھاٹ اُتار دیتا ہے ، یا جائداد کے مسئلے پر بھائی بھائی کا گلا کاٹ دیتا ہے - یہ تو ایسے غیر معمولی واقعات ہیں جن کا تعلق شر اور برائی سے ہے - ایسے غیر معمولی واقعات بھی ہوتے ہیں جن میں خیر کا پہلو نمایاں ہوتا ہے - کوئی کاروبار میں نام پیدا کرتا ہے ، کوئی ملازمت میں حسن کارکردگی کا ایسا مظاہرہ کرتا ہے جس سے خلق خدا کا بھلا ہوتا ہے ، کوئی کسان پیداوار بڑھانے میں امتیاز حاصل کرتا ہے ، بعض طلبہ امتحان میں اول آتے ہیں ، بعض اساتذہ طلبہ کی تربیت میں کمال پیدا کرتے ہیں ، سائنس دان نئی ایجادات سے نوع انسانی کو فائدہ پہنچاتے ہیں ، کوئی شخص جلتے ہوئے مکان میں سے کسی کو باہر نکال لاتا ہے اور خود زخمی ہو جاتا ہے یا کوئی سرمایہ دار لاکھوں روپے سے کوئی رفاہی ادارہ کھول لیتا ہے - یہ بھی غیر معمولی واقعات ہیں اور یہ بھی خبر کا موضوع بن جاتے ہیں -

ہم دیکھتے ہیں کہ ریلوں ، بسوں ، موٹروں ، تانگوں اور طیاروں میں ہزارہا لوگ سفر کرتے ہیں - چوں کہ یہ عمل معمول کے مطابق ہے ، اس لیے خبر کا موضوع نہیں بنتے - لیکن جب کوئی حادثہ ہوتا ہے تو وہ فوراً خبر کا موضوع بن جاتا ہے کیونکہ ایسا واقعہ خلاف معمول ہوتا ہے - یہی نوعیت آفات کی ہے - مثلاً زلزلہ ، سیلاب ، سمندری طوفان ، شدید جھکڑ ، یہ سب اسی لیے خبر کا موضوع بنتے ہیں کہ یہ معمول کے خلاف ہیں - پس ہم اس نتیجے پر پہنچتے ہیں کہ "خبر کا تعلق ایسے واقعات اور مشاہدات سے ہوتا ہے جو معمول سے ہٹ کر ہوں ۔"

بہر حال بحث یہیں ختم نہیں ہوتی - اور بھی عناصر خبر کا موضوع بنتے ہیں - اور ان کا اندازہ کرنے کے لیے ضروری ہے کہ خبر کی جو تعریفیں رائج ہیں ان کا جائزہ لے لیا جائے - عرصہ ہوا امریکہ کے مشہور ہفت روزہ Collier's Weekly نے چند ماہرین صحافت سے پوچھا کہ خبر کسے کہتے ہیں ؟ اس کے جواب میں جو کچھ کہا گیا وہ ملاحظہ فرمایے :

۱ - خبر ہر اُس چیز کو کہتے ہیں جس کے بارے میں قارئین کچھ جاننے کے خواہش مند ہوں -

۲ - جس چیز کو کافی لوگ پڑھنا چاہتے ہیں وہ خبر ہے ، بشرطیکہ اس سے خوش ذوقی اور ہتک عزت کے قانون کے اُصول کی خلاف ورزی نہ ہوتی ہو -

۳ - ایسے تمام واقعات کو خبر کے زمرے میں داخل کیا جا سکتا ہے جن میں لوگ دل چسپی لیں -

۴ - ہر وہ چیز جس کے بارے میں لوگ باتیں کریں خبر ہے اور جتنی زیادہ بحث ہو اُتنی ہی زیادہ اس خبر کی اہمیت ہو گی -

۵ - واقعات ، ایجادات ، اختراعات اور آراء کے بارے میں صحیح اور عین وقت پر دی ہوئی معلومات خبر کی حیثیت رکھتی ہیں - نیز ایسے تمام معاملات بھی خبر کا درجہ رکھتے ہیں جن سے

یا تو قارئین متأثر ہوتے ہیں یا دل چسپی لیتے ہیں -

۶ - جس امر کا تعلق عوامی بہبود سے ہے اور جس امر سے فرد کو اُس کے روابط ، سرگرمیوں ، آراء ، املاک اور ذاتی کردار سے دل چسپی ہے یا ان کے بارے میں معلومات میں اضافہ ہوتا ہے اسے خبر کے زمرے میں داخل سمجھنا چاہیے -

۷ - واقعات ، اُن کے اسباب اور اُن کے نتائج خبر کا موضوع بنتے ہیں -

۸ - انسانی دل چسپی کے حامل کسی ایسے واقعے یا خیال کے بارے میں ضروری حقائق خبر کا درجہ رکھتے ہیں جو انسانی زندگی کو متأثر کرتا ہو یا مسرت میں اضافہ کرتا ہو -

۹ - خبر عوام پر مبنی ہے اور اس کی اہمیت کا اندازہ صرف اس بات سے کیا جاتا ہے کہ یہ کس طرح لوگوں کے لیے دل چسپی کا موجب بنتی ہے -

۱۰ - عمومی انسانی دل چسپی کی حامل تمام حالیہ سرگرمیاں خبر کا درجہ رکھتی ہیں اور بہترین خبر وہ ہے جس میں قارئین کی اکثریت دل چسپی لیتی ہے -

۱۱ - جس چیز سے چند لوگوں کو دل چسپی ہو وہ خبر ہے اور بہترین خبر وہ ہے جس میں زیادہ سے زیادہ افراد زیادہ سے زیادہ دل چسپی لیتے ہیں -

ان کے علاوہ کچھ اور لوگوں نے بھی خبر کی تعریف وضع کی ہے - ان کی آراء بھی مطالعے کے قابل ہیں - امریکی صحافی جیرالڈ ڈبلیو جانسن اپنی کتاب What is News ? میں رقمطراز ہے :

”خبر ایسے واقعات کا ایسا بیان ہے جسے لکھنے اور شائع کرنے میں ایک اعلیٰ پائے کا اخبار نویس اطمینان محسوس کرتا ہے -“

گویا جانسن کے نزدیک محض واقعہ خبر کی حیثیت نہیں رکھتا ، اُس کی تحریری پیش کش خبر کی حیثیت رکھتی ہے ۔ وہ اس کی وضاحت یوں کرتا ہے :

''دنیا میں زندگی کا کوئی بھی اہم واقعہ ہو اُس میں خبر مضمر ہوتی ہے لیکن اُس کی خبر بنانے ہی سے وہ واقعہ سچ مچ کی خبر بنتا ہے ۔ خبر کسی واقعہ کو نہیں کہتے ۔ اس واقعہ کی ایسی روداد یا رپورٹ کو کہتے ہیں جو کسی ایسے شخص تک پہنچائی جائے جس نے اُس کا مشاہدہ نہ کیا ہو ۔ واقعات ، خواہ کتنے ہی اہم کیوں نہ ہوں ، جب تک دیکھے نہ جائیں اور اُنھیں قلم بند نہ کیا جائے خبر کا درجہ حاصل نہیں کرتے ۔''

خبر کی ایک اور سادہ ، لیکن مبنی بر حقیقت ، تعریف ملاحظہ ہو :

''خبر کسی واقعہ کا ایسا بیان ہے جسے کوئی اخبار اس یقین کے ساتھ چھاپتا ہے ۔ کہ اس سے اخبار کو فائدہ پہنچے گا'' ۔

یہاں لفظ ''فائدہ'' سے صرف منافع یا مادی فائدہ مقصود نہیں اس سے وہ اطمینان بھی مراد ہے جو کسی شخص کو خدمت خلق سے حاصل ہوتا ہے ۔

خبری اقدار

اب سوال یہ ہے کہ وہ کونسے اوصاف یا اقدار ہیں جو کسی واقعہ کو خبر کا درجہ عطا کرتی ہیں اور اُسے اہمیت بخشتی ہیں ؟ اس کے لیے پانچ بنیادی قدریں ہیں : **تازگی ، قرب مکانی ، شہرت ، نتیجہ اور انسانی دل چسپی ۔**

تازگی : خبر تازہ ترین واقعے پر مبنی ہوتی ہے ۔ جو آج خبر ہے وہ کل ''خبر'' نہیں رہتی بلکہ آج کے دور میں تو یہ بھی کہا جا سکتا ہے کہ جو اس وقت خبر ہے وہ چند گھنٹے بعد خبر نہیں رہے گی ۔ اس لیے خبر کی ایک بنیادی قدر تازگی قرار دی جاتی ہے ۔ یوں تو جب سے صحافت

کا آغاز ہؤا ہے یہ قدر قائم ہے لیکن جب صحافت طفولیت میں تھی اور مسابقت نہ ہونے کے برابر تھی لوگ باسی خبریں پڑھ کر بھی مطمئن ہو جاتے تھے لیکن بے تار برقی ، ریڈیو ، ٹیلی ویژن اور اب خلائی پرواز کے دور نے تازگی کی قدر کو ایک نئی اہمیت دے دی ہے - یہاں یہ یاد رکھنے کے قابل ہے کہ بعض اوقات ایک پرانا واقعہ بھی تازگی کا حامل ہو سکتا ہے - اس کی صورت یہ ہوتی ہے کہ اُس واقعے کا کوئی ایسا پہلو سامنے آتا ہے جو پہلے نظروں سے اوجھل تھا - یہاں چوں کہ انکشاف تازہ ہوتا ہے اس لیے یہ خبر کا موضوع بن جاتا ہے -

قرب مکانی : ہم سب کو اپنے ماحول سے ، اپنے شہر سے ، اپنے صوبے اور اپنے ملک سے دل چسپی زیادہ ہوتی ہے اس لیے جو واقعات ہمارے قریب رونما ہوتے ہیں وہ زیادہ دل چسپی کے حامل ہوتے ہیں - مثال کے طور پر آتشزدگی کا ایک واقعہ لاہور میں ہوتا ہے - قدرتی طور پر لاہور کے قارئین کو اس میں زیادہ دل چسپی ہو گی اور اگر یہ بڑا واقعہ نہیں تو عین ممکن ہے کہ کراچی کے اخبار اس خبر کو بالکل ہی نہ چھاپیں - فرض کیجیے پاکستان میں ٹرین کا ایک حادثہ ہوتا ہے جس میں پچاس افراد ہلاک ہوتے ہیں - ایران میں ایک ایسا ہی حادثہ ہوتا ہے جس میں ایک سو افراد موت کے گھاٹ اُتر جاتے ہیں اور جنوبی امریکہ کی ایک ریاست میں ایسے ہی ایک حادثے میں پانسو افراد جان ہار دیتے ہیں - ایسے میں قرب مکانی کی قدر کے مطابق ہمارے لیے کم جانی ضیاع کے باوجود پاکستان کا حادثہ خصوصی اہمیت کا حامل ہے - اسے صفحۂ اول پر جگہ ملے گی اور یہ سب سے بڑی خبر ہو گی - ایران کے حادثے میں جانی ضیاع زیادہ ہے لیکن اس کی خبر پر زیادہ سے زیادہ دو کالمی سرخی دی جائے گی اور اگرچہ جنوبی امریکہ کا حادثہ سب سے بڑا ہے لیکن اُس پر ہمارے اخباروں میں ایک آدھ پیرا ہی دیا جائے گا اور ممکن ہے وہ بھی نہ دیا جائے -

شہرت : یہ قول ہمیشہ سے ہی صحیح رہا ہے کہ شخصیتوں سے خبر بنتی ہے اور بڑی شخصیتوں سے بڑی خبر بنتی ہے - کوئی بیان

یا تجویز کتنی ہی اہم کیوں نہ ہو اگر وہ کسی معمولی شخصیت سے منسوب ہے تو اُسے بہت کم جگہ ملے گی لیکن اگر وہی تجویز کسی بڑی شخصیت کی طرف سے پیش ہو تو اُسے اخبار زیادہ اہمیت دیں گے۔ ایک معمولی شخص سے کوئی جرم سرزد ہو تو اُس کی خبر معمولی ہو گی۔ وہی جرم کسی تعلیم یافتہ شخص یا مشہور شخص سے مرتکب ہو تو خصوصی توجہ کا مرکز بن جائے گا۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ جس شخص کو لوگ زیادہ تعداد میں جانتے ہیں اُس کے بارے میں کوئی نئی بات زیادہ لوگوں کے لیے دل چسپی کا باعث ہوتی ہے اور اخبار ہمیشہ ایسی چیزیں چھاپنے کو ترجیح دیتا ہے جن میں زیادہ سے زیادہ لوگ دل چسپی لیں۔

نتیجہ: کسی واقعے یا سرگرمی کے نتیجے کی اہمیت جتنی زیادہ ہو گی وہ اتنی ہی بڑی خبر کا موضوع بن جائے گا۔ اگر بجلی کے نرخوں میں کمی ہوتی ہے یا اضافہ ہوتا ہے تو اس سے ہر شخص متاثر ہوتا ہے۔ اگر روز مرہ استعمال کی کسی چیز پر ٹیکس لگتا ہے یا ایسا کوئی ٹیکس منسوخ ہوتا ہے تو اس کا اثر بہر کیف ہمہ گیر ہو گا۔ اگر زمین کے بہت بڑے رقبے کو سیراب کرنے کے لیے کسی نہر کی تعمیر کا منصوبہ بنتا ہے تو اس سے اُس سارے علاقے کے کسان دل چسپی لیں گے۔ اگر بسوں کی ہڑتال ہوتی ہے تو شہر کا ہر فرد بے چین ہو جاتا ہے کیونکہ اس سے نارمل زندگی میں رخنہ پڑتا ہے۔ پس خبر کا نتیجہ جتنا بڑا ہو سکتا ہے اتنی ہی بڑی اہمیت کی وہ خبر ہوتی ہے۔

انسانی دل چسپی: انسان آرزوؤں، اُمنگوں اور جذبوں کا پتلا ہے۔ اُس کی زندگی کشمکش، تصادم، کامیابی، شکست اور مایوسی سے عبارت ہے۔ محبت، نفرت، خوف، رشک، حسد۔۔۔ یہ انسان کے بنیادی احساسات ہیں۔ ہمدردی، خدمت خلق، خدا پرستی۔۔۔ وہ خوبیاں ہیں جو بہت سے انسان اپنے آپ میں پاتے ہیں یا پیدا کرنا چاہتے ہیں۔ انسان کی زندگی میں جنس کا بھی بہت بڑا کردار ہے۔ عشق، رومان، شادی، طلاق۔۔۔ ایسے عناصر ہیں جن کی دل چسپی مسلمہ امر ہے۔ ماں، بہن، بھائی، بیوی اور دوسرے اعزہ و اقارب سے وابستگی اور اولاد سے بے پناہ

محبت کے جذبات اُس کی گھٹی میں ہیں - حسن کسی رنگ میں سامنے آئے، یہ عورت کا حسن ہو یا کسی معصوم بچے کا پھول سا چہرہ ہو ، کسی سجیلے جوان کی وجاہت ہو یا کسی بزرگ کی نورانی صورت ، مناظر فطرت کی رنگینی ہو یا کسی رفیع الشان عمارت کا شکوہ ، کسی مصور کی تخلیق میں رنگوں کی بو قلمونی ہو یا کسی سنگ تراش کے شاہکار کی دل آویزی ، ہجوم رنگ و بو ہو یا انسانی آواز کی شیرینی ، ان سب سے انسان متاثر ہوتا ہے -

انسان پیار کا رسیا ہے - وہ صرف انسانوں سے پیار نہیں کرتا جانوروں پر بھی محبت کے پھول نچھاور کرتا ہے اور بسا اوقات پالتو جانوروں کی دیکھ بھال یوں کرتا ہے جیسے وہ بھی اُس کی اولاد ہیں -

ہم کتنا ہی انکار کیوں نہ کریں یہ سب ایک حقیقت ہے کہ ہم راز کے افشا میں دل چسپی لیتے ہیں - اس کے کئی روپ ہو سکتے ہیں ، انفرادی بھی اور اجتماعی بھی - کوئی افسر رشوت لیتے پکڑا جاتا ہے ، کوئی بہ ظاہر پاک دامن اور زاہد گنہگار ثابت ہوتا ہے ، کسی ایسے ادارے کی بد عنوانیاں بے نقاب ہوتی ہیں جس سے عموماً نیکی کے کام وابستہ سمجھے جاتے ہیں یا کسی سیاسی جماعت کی بد دیانتی کا پردہ چاک ہوتا ہے ، غرض جب کسی حقیقت سے غلاف اُترتا ہے اور وہ عریاں ہو جاتی ہے تو ہم اُس کے بارے میں مزید معلومات حاصل کرنا چاہتے ہیں -

انسان فطرتاً تماشا پسند ہے - وہ ہر چیز میں ڈرامائی عنصر ڈھونڈتا ہے - طربیہ ہو یا المیہ وہ دونوں میں دل چسپی لیتا ہے - ایک شخص پھانسی کے تختے پر چڑھتا ہے اور موت سے ہم کنار ہونے کو ہے کہ اچانک اُسے یہ نوید جاں فزا سنائی جاتی ہے کہ صدر پاکستان نے اُس کی رحم کی اپیل منظور کر لی ہے یا ایک کروڑ پتی عورت مسرت اور ذہنی سکون کی تلاش میں خود کشی کر لیتی ہے ، یہ دونوں خبریں عظیم انسانی دل چسپی اور ڈرامائی عنصر کی حامل ہیں لیکن یہ یاد رہے کہ ایسی خبروں کا حقیقی تاثر پیدا کرنے کا بہت کچھ دار و مدار اخبار نویس کے اسلوب تحریر پر ہوتا ہے -

انسان خود بھی زندگی کے ڈرامے کا کردار ہوتا ہے۔ وہ ایسی خبروں میں بھی دل چسپی لیتا ہے جس سے اُس کا اپنا براہ راست تعلق ہے۔ مثلاً کوئی ایسا واقعہ ہے جس میں اُس نے خود شرکت کی ہو یا اُس نے اُس کا خود مشاہدہ کیا ہو یا اُس سے اُس کا ذاتی مفاد وابستہ ہو۔ یہاں بھی ''انسانی دل چسپی'' کی قدر کار فرما ہوتی ہے۔ یہی وجہ ہے کہ جب کوئی عوام پسند اخبار کسی واقعے کی رپورٹ چھاپتا ہے تو اُس سے زیادہ سے زیادہ نام وابستہ کر لیتا ہے۔

پس جس خبر میں انسانی دل چسپی کے بیشتر عناصر موجود ہوں گے وہ خبر زیادہ پسند کی جائے گی۔

خبروں کی اقسام

خبروں کی اقسام کا جائزہ ہم کئی طریقوں سے لے سکتے ہیں۔ مکانی اعتبار سے ہم خبروں کو مقامی، علاقائی، صوبائی، قومی اور بین‌الاقوامی قسموں میں تقسیم کر سکتے ہیں۔ موضوعی اعتبار سے یہ قسمیں بن سکتی ہیں، سیاسی، معاشی، معاشرتی، ثقافتی، جرائم سے تعلق رکھنے والی، حادثاتی، عام معلوماتی، موسمی، تجارتی وغیرہ۔ ذرائع خبر رسانی کے لحاظ سے خبروں کو تین حصوں میں تقسیم کیا جا سکتا ہے۔۔۔ اخبار کے اپنے نامہ نگاروں کی فراہم کردہ خبریں، خبر رساں اداروں کی بھیجی ہوئی خبریں اور سرکاری خبریں۔

عمومی تقسیم: ایک عمومی تقسیم کے مطابق خبروں کو دو حصوں میں بانٹا جاتا ہے:

اول: واقعاتی خبریں: انھیں انگریزی میں Actualities یا Spot News کہتے ہیں۔

دوم: بیانی نکتے یا Talking Points۔

واقعاتی خبریں اُن خبروں کو کہتے ہیں جن میں فوری اہمیت کے ایسے واقعات قلمبند کیے گئے ہوں جن کی اشاعت کے بغیر کوئی اخبار زندہ نہیں رہ سکتا۔ مثلاً بین‌الاقوامی سطح پر: دو ملکوں کے درمیان کشمکش، خانہ جنگی، جنگ، بڑے حادثات، عالمی اہمیت کی آفات،

کوئی ایسی خبر جس سے دنیا کا امن خطرے میں پڑنے کا امکان ہو ، بڑی بڑی طاقتوں کے سربراہوں کے اہم بیانات ، بڑی ایجادات ، خلائی پرواز کے نئے کارنامے وغیرہ - اور قومی سطح پر : سربراہ مملکت کا کوئی بیان ، خارجہ پالیسی کے اہم اعلان ، بڑے حادثے ، سمندری طوفان ، طوفان باد و باراں ، میزانیہ ، درآمدی پالیسی کا اعلان وغیرہ - بعض لوگوں کے نزدیک یہی ''اصلی'' خبریں ہوتی ہیں -

بیانی نکات کے ماتحت اس قسم کی خبریں آتی ہیں :

۱ - انٹر ویو کی خبریں -

۲ - چھوٹے بڑے جلسوں کی رپورٹیں -

۳ - ثقافتی اور تہذیبی تقریبات -

۴ - ذاتی خبریں—شخصیتوں کی آمد اور روانگی ، وفات ، قل اور چہلم کے اعلانات ، ولادت اور شادی کی اطلاعات -

۵ - مختلف جماعتوں کی قرار دادیں -

۶ - تشریحی اور توضیحی خبریں جو تحقیق کا نتیجہ ہوتی ہیں -

۷ - انسانی دل چسپی کی ایسی خبریں — جو بظاہر معمولی ہوں لیکن ان میں اسلوب تحریر نے جان ڈال دی ہو -

خبروں کی نفسیاتی تقسیم

مشہور ماہر نفسیات سگمنڈ فرائڈ نے دماغی کارکردگی کے دو اصول بتائے ہیں - اول : لذت اندوزی کا اصول ، دوم : حقیقت پسندی کا اصول - بعض امور ایسے ہوتے ہیں جن سے دماغ فوری لذت پا لیتا ہے لیکن بعض باتیں ایسی بھی ہوتی ہیں جو موجودہ اور آنے والے اُن حقائق سے دماغ کو آشنا کراتی ہیں جن پر سوچ بچار مسلسل جاری رہتی ہے تاکہ زندگی کی کٹھن راہیں طے ہوں - اسی بنا پر خبروں کو دو حصوں میں تقسیم کرتے ہیں -

اول : فوری یافت کی خبریں -

دوم : تاخیری یافت کی خبریں -

جب کوئی شخص خبروں پر نظر ڈالتا ہے تو ظاہر ہے کچھ حاصل کرنا چاہتا ہے۔ اس لیے ''یافت'' بنیادی تقاضا ہے۔ فوری یافت جرم و سزا، رشوت ستانی کے واقعات، حادثات، آفات، کھیلوں، مجلسی تقریبوں اور انسانی دل چسپی کی ہلکی پھلکی خبروں سے ہوتی ہے اور تاخیری یافت (یا لمبے عرصے کی یافت) سیاسی امور، معاشی مسائل، سائنس، تعلیم، موسم اور صحت سے تعلق رکھنے والی خبروں سے ہوتی ہے۔

اب سوال یہ پیدا ہوتا ہے کہ یافت کی نوعیت کیا ہوتی ہے۔ جب ہم خبر پڑھتے ہیں کہ ایک شخص نے تین افراد کو قتل کر دیا تو ہمارے جسم میں سنسنی سی پیدا ہوتی ہے، ٹرین کے حادثے کی خبر پڑھتے ہیں تو اس سنسنی کے ساتھ یہ خوشی ہوتی ہے کہ اس ٹرین میں ہم سفر نہیں کر رہے تھے، کوئی شخص رشوت ستانی کے الزام میں پکڑا جائے تو ہمیں اطمینان سا ہوتا ہے کہ برائی کی روک تھام ہو رہی ہے، کسی میچ میں ہماری پسندیدہ ٹیم جیت جاتی ہے تو ہم مسرت سے جھوم اٹھتے ہیں، کسی محفل رقص و سرود کی با تصویر خبر کا مطالعہ کرتے ہیں تو رقاصہ کے حسن اور اس کے جسم کے دل آویز خطوط کا تصور کرکے اپنے جنسی ذوق کو آسودہ کر لیتے ہیں اور ہلکی پھلکی نیم مزاحیہ خبروں پر ہنس دیتے ہیں۔ یہ سنسنی، اطمینان، مسرت، جنسی آسودگی اور ہنسی فوری یا عارضی یافت ہوتی ہیں جن کا نشہ بہت جلد ٹوٹ جاتا ہے۔

اب تاخیری یافت ملاحظہ ہو۔ ہم خبر پڑھتے ہیں کہ ویت نام کی جنگ سے عالمی جنگ کا خطرہ ہے۔ اس سے ہمارے جسم میں جھرجھری سی محسوس ہوتی ہے۔ ہم پڑھتے ہیں کہ ایک ایسا بم ایجاد ہؤا ہے۔ جس سے کئی شہر یک وقت خاکستر ہو سکتے ہیں تو ہماری طبیعت منغض ہوتی ہے۔ ہم خبر پڑھتے ہیں کہ مستقبل قریب میں مہنگائی کم ہونے کا کوئی امکان نہیں تو اس سے طبیعت میں انقباض سا پیدا ہوتا ہے۔ ہم سنتے ہیں کہ نئے ٹیکس لگیں گے تو ہمیں تشویش ہوتی ہے۔ ٹڈی دل کی آمد آمد، ژالہ باری سے فصلوں کی بربادی اور وباؤں کے پھیلنے سے ہم

اور پریشان ہوتے ہیں - ہم رہنماؤں سے سنتے ہیں کہ تیسرے پنجسالہ منصوبے سے ملک کی معاشی کایا پلٹ ہو جائے گی اور پچاس لاکھ مزید لوگوں کے لیے روزگار مہیا ہو گا تو ہمیں اصلاح احوال کی اُمید بندھتی ہے اور طبیعت میں انشراح پیدا ہوتا ہے - یہ حقائق کی دنیا ہے جہاں برے حالات کی پیش بندی کے لیے ہمیں مسلسل جد و جہد کا خیال آتا ہے -

خبری اقدار اور اخبار کا کردار

خبری اقدار کا انحصار اخبار کے کردار پر بھی ہوتا ہے - اگر ایک اخبار کے پڑھنے والوں میں ایسے لوگوں کی غالب اکثریت ہے جو تعلیم یافتہ ہیں اور اُن کا مزاج سنجیدگی کی طرف زیادہ مائل ہے تو ایسے اخبار میں تاخیری یافت کی خبریں زیادہ ہوں گی اور فوری یافت کی کم - اگر ایک اخبار کا دائرۂ اثر وسیع ہے، اُسے تعلیم یافتہ اور نیم تعلیم یافتہ دونوں قسم کے لوگ پڑھتے ہیں تو پھر اس میں فوری یافت اور تاخیری یافت کی خبریں متوازن انداز میں دی جائیں گی - اور اگر کوئی اخبار ان معنوں میں خالص عوامی اخبار ہے کہ اس کے قارئین کی غالب اکثریت نیم تعلیم یافتہ افراد پر مشتمل ہے تو اُسے عوامی ذوق کو آسودہ کرنے کے لیے فوری یافت کی خبریں کثرت سے دینی ہوں گی - پس یہ عین ممکن ہے کہ ایک واقعہ ایک اخبار کے لیے بہت اہم ہو اور دوسرے اخبار کے لیے کسی خاص اہمیت کا حامل نہ ہو -

خلاصہ

خبر کا تعلق ایسے واقعات و مشاہدات سے ہوتا ہے جو خلاف معمول نوعیت کے ہوں اور قارئین کے لیے دل چسپی کا موجب ہوں -

خبر کی بنیادی اقدار پانچ ہیں : تازگی ، قرب مکانی ، شہرت ، نتیجہ یا وسعت ، انسانی دل چسپی -

انسانی دل چسپی ان چیزوں سے عبارت ہے : تصادم ، کامیابی ، شکست ، مایوسی ، مسرت ، محبت ، نفرت ، خوف ، رشک ، حسد ، ہمدردی ، حسن ، افشائے راز ، تماشا پسندی ، ڈراما -

خبروں کو عمومی اعتبار سے دو حصوں میں تقسیم کیا جاتا ہے: واقعاتی خبریں اور بیانی نکات۔ واقعاتی خبریں فوری نوعیت کے ایسے واقعات پر مبنی ہوتی ہیں جن کی اشاعت کے بغیر کوئی اخبار زندہ نہیں رہ سکتا۔ بیانی نکات میں انٹرویو پر مبنی اطلاعات، مجلسی تقریبات کی رو داد، تصریحی، اور توضیحی خبریں، ذاتی خبریں اور انسانی دل چسپی کی معمولی خبریں شامل ہوتی ہیں۔

نفسیاتی اعتبار سے خبروں کو "فوری یافت" اور "تاخیری یافت" کی صورت میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ فوری یافت کی خبروں کا اثر عارضی ہوتا ہے اور تاخیری یافت کی خبریں سوچ کے مواقع فراہم کرتی ہیں اور حالات کے مقابلے کے لیے جد و جہد کا خیال دلاتی ہیں۔

خبری اقدار کا انحصار اخبار کے کردار، نوعیت اور اُس کے قارئین کی ذہنی کیفیت پر بھی ہوتا ہے۔

سوالات

۱ - "خبر کا تعلق خلاف معمول واقعات و مشاہدات سے ہوتا ہے۔" اس پر بحث کیجیے۔

۲ - خبر کسے کہتے ہیں؟ کیا آپ چند سطروں میں خبر کی کوئی جامع تعریف مرتب کر سکتے ہیں؟

۳ - خبر کی بنیادی اقدار پر تفصیل سے روشنی ڈالیے۔

۴ - انسانی دل چسپی سے کیا مراد ہے؟

۵ - خبروں کی اقسام کی تشریح کیجیے۔

۶ - اِن موضوعات پر مختصر نوٹ قلمبند کیجیے:
قرب مکانی، فوری یافت کی خبریں، خبری اقدار اور اخبار کا کردار۔

بین الاقوامی خبر رساں ادارے

جب صحافت کا آغاز ہؤا تو خبروں کی فراہمی کا مسئلہ پیدا ہؤا۔ چونکہ اب سے ڈیڑھ سو برس پہلے کوئی خبر رساں ایجنسی قائم نہیں تھی، اس لیے ہر اخبار کو خبروں کے لیے اپنے ذرائع سے کام لینا ہوتا تھا۔ اخبار بڑے بڑے مقامات پر دو چار نامہ نگار مقرر کرتا تھا اور باقی خبریں اپنے ہم عصر اخباروں سے نقل کر کے حوالہ دے دیتا تھا۔ گویا ہر ملک کے اخباروں میں ایک مفاہمت سی موجود تھی کہ ہم ایک دوسرے کے ذرائع خبر رسانی سے فائدہ اُٹھا سکتے ہیں۔ پھر بین الاقوامی خبروں کا مسئلہ پیدا ہؤا تو اُسے بھی اسی بنیاد پر حل کر لیا گیا کہ ممالک غیر کے اہم اخبارات سے بڑی بڑی خبریں نقل کر لی جاتی تھیں۔

جب صحافت نے ترقی کی تو ہر اخبار کی یہ کوشش تھی کہ وہ خبر رسانی کے لیے زیادہ سے زیادہ مخصوص ذرائع پیدا کرے۔ چنانچہ اُونچے پائے کے اخباروں نے غیر ممالک میں نامہ نگار مقرر کیے لیکن اس پر لاگت بہت آتی تھی اور اخبار اتنے اخراجات کے متحمل نہیں تھے اور نہ یہ ممکن تھا اور نہ آئندہ کبھی ممکن ہو سکے گا کہ کوئی اخبار دنیا کے گوشے گوشے میں اپنے نامہ نگار مقرر کرے اور ساری دنیا کی خبریں جمع کرے۔ چنانچہ اسی مشکل کو حل کرنے کے لیے بین الاقوامی خبر رساں ادارے کا تصور وجود میں آیا اور اس نے تھوڑے ہی عرصے میں ایسی نمو پائی کہ آج ایک طرف دنیا کے ہر ملک میں قومی خبر رساں ادارے قائم ہیں اور دوسری طرف نصف درجن کے قریب ایسے بین الاقوامی ادارے قائم ہیں جو وسیع ترین ذرائع سے کام لے کر دنیا بھر کی خبریں جمع کر کے اخباروں کو مہیا کرتے ہیں اور چوں کہ ان اداروں میں مسابقت کا بازار گرم ہے، اس لیے ہر ادارہ حسن کار کردگی

میں اضافے کے درپے ہے اور آج یہ حالت ہے کہ دنیا کے گمنام ترین گوشے میں بھی کوئی ایسا واقعہ ہو جس سے باقی دنیا کو دل چسپی ہے تو اس واقعے کی خبر آناً فاناً چار دانگ عالم میں پھیل جاتی ہے۔

انسان سوچ میں پڑ جاتا ہے کہ یہ معجزہ کیوں کر ممکن ہوا؟ اگر اخبار کے راستے میں یہ بڑی مشکل تھی کہ وہ ساری دنیا کی خبریں اپنے مالی ذرائع سے جمع کرنے سے قاصر تھا تو ایک بین الاقوامی خبر رساں ایجنسی کس طرح دنیا کے ہر حصے کی خبریں جمع کر لیتی ہے؟ یہ کیسے ہو سکتا ہے کہ ایجنسی کے نمائندے دنیا کے گمنام ترین گوشوں میں بھی موجود ہوں؟ اس کا ایک جواب تو یہ ہے کہ اخبار کی آمدنی کا ذریعہ صرف اُس کی اشاعت اور اشتہارات کے معاوضے پر مشتمل ہوتا ہے لیکن ایک بین الاقوامی خبر رساں ایجنسی کے گاہک دنیا بھر میں موجود ہوتے ہیں جو اُس کی نیوز سروس خریدتے ہیں۔ اس طرح اس کے ذرائع آمدنی بہت وسیع ہو جاتے ہیں اور دوسرا جواب یہ ہے کہ ایسی کوئی بین الاقوامی ایجنسی موجود نہیں جس کے نامہ نگار ہر جگہ موجود ہوں، نہ کسی کو ایسا دعویٰ ہے، نہ یہ ممکنات میں داخل ہے، لیکن اس کے باوجود یہ ادارے دنیا بھر کی خبریں اکٹھی کر لیتے ہیں۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ قومی خبر رساں اداروں اور بین الاقوامی اداروں میں خبروں کا تبادلہ ہوتا ہے۔ جب ایک بین الاقوامی ایجنسی بہت سے ملکوں کی قومی ایجنسیوں سے معاہدہ کر لیتی ہے کہ وہ اُسے اپنے اپنے ملک کی نیوز سروس بھیجیں تو اس کے پاس دنیا بھر کے ممالک کی خبروں کا انبار لگ جاتا ہے اور وہ ان میں سے اہم خبروں کا انتخاب کر کے دنیا میں اپنے گاہک اخباروں کے ہاتھ بیچ سکتی ہے۔

اب ایک اور سوال پیدا ہوتا ہے کہ اگر کسی ملک کی خبروں کے لیے اُس کی قومی خبر رساں ایجنسی پر ہی تکیہ کیا جائے تو ہو سکتا ہے کہ بعض اہم خبریں فراہم ہی نہ ہوں کیوں کہ ہر ملک کے اپنے مخصوص سیاسی اور معاشی مفاد ہوتے ہیں اور قومی ایجنسی حب وطن کی بنا پر یا اپنی حکومت کے دباؤ میں آ کر بعض خبریں ”بلیک آؤٹ“ کر

سکتی ہے - اگر بین الاقوامی ایجنسی کا دارومدار انہی قومی ایجنسیوں پر ہو تو اُس کی نیوز سروس نا مکمل ہو گی اور دنیا کے اصل حالات اپنی عریاں حقیقتوں کے ساتھ منظر عام پر نہیں آئیں گے - اس کا جواب یہ ہے کہ بین‌الاقوامی ایجنسیاں قومی ایجنسیوں پر کامل انحصار نہیں کرتیں - ہر ایجنسی نے دنیا بھر کے تمام اہم خبری مرکزوں میں اپنے دفاتر قائم کر رکھے ہیں اور اپنے نامہ نگار مقرر کر رکھے ہیں - یہ لوگ اس بات کا خیال رکھتے ہیں کہ کوئی اہم خبر رپورٹ ہونے سے نہ رہ جائے -

ایک اور مسئلہ بھی ہے - بین‌الاقوامی خبر رساں ادارے کہنے کو تو ''بین الاقوامی'' ہیں لیکن ان میں ہر ایجنسی کا انتظام و انصرام کسی ایک ملک سے وابستہ ہے - رائٹر برطانیہ کی ایجنسی ہے ، اژانس فرانس پریس کی ملکیت فرانسیسیوں کے ہاتھ میں ہے اور ایسوشی ایٹڈ پریس آف امریکہ اور یونائیٹڈ پریس انٹرنیشنل کو ریاست ہائے متحدہ امریکہ کے باشندے کنٹرول کرتے ہیں - ایسے میں یہ خطرہ ہروقت دامن‌گیر رہتا ہے کہ جب برطانیہ ، امریکہ یا فرانس کے اپنے مخصوص ملکی اور سیاسی تقاضے در پیش ہوں گے تو یہ خبررساں ادارے خبروں کی فراہمی میں بھی اُن تقاضوں کو پیش نظر رکھیں گے اور ایسا اکثر ہوتا ہے -

اس صورت حالات کا ایک مداوا تو وہ اصول ہے جس کا دعویٰ ہر ایجنسی کو ہے کہ ایجنسی کی خبریں خالص واقعاتی ہوں گی - اُن میں کسی رائے کا اظہار نہیں کیا جائے گا - خبروں کی تشریح اور توضیح کی جائے گی لیکن غیر جانبدارانہ انداز میں - اس کی وجہ یہ بیان کی جاتی ہے کہ ان ایجنسیوں کے گاہک اخبارات کی اپنی اپنی پالیسی ہے - ایسے میں اگر ایجنسی کسی ایک پالیسی سے وابستہ ہو گی تو وہ بہت سے گاہک کھو بیٹھے گی - اگر اُسے سارے گاہکوں سے رابطہ قائم رکھنا ہے تو غیر جانبداری کے اُصول پر کاربند رہنا ہوگا - بہرحال کبھی کبھی ایسا موقعہ بھی آ جاتا ہے کہ یہ اصول طاق پر رکھے جاتے ہیں اور یوں بھی ہوتا ہے - کہ بہ ظاہر غیر جانبداری برتی جاتی ہے لیکن خبریں اس انداز میں پیش کی جاتی ہیں کہ اس ایجنسی کے ملکی تقاضے پورے ہو جاتے ہیں -

اس مشکل کا حل مسابقت میں موجود ہے - اگر رائٹر برطانیہ کے مفاد میں کسی خبر کو غلط رنگ میں پیش کرتا ہے تو باقی ایجنسیاں اُس کو صحیح رنگ میں پیش کر کے رائٹر کی جانبداری کا بھانڈا پھوڑ دیں گی اور اگر مغربی ممالک سے تعلق رکھنے والی سب ایجنسیاں مغربی مفاد میں خبروں کو ایک خاص رنگ دیں گی تو روس کی بین الاقوامی خبر رساں ایجنسی ''تاس'' موجود ہے جو دوسرا زاویہ نگاہ مؤثر انداز میں پیش کر دے گی۔ پھر ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے اس دور میں یہ ناممکن ہوگیا ہے کہ کسی ایک زاویہ نگاہ کو چھپایا جائے۔ یہی نہیں ، جو اخبار بین الاقوامی خبروں کی پیشکش میں خصوصی روایات کے حامل ہیں اُن کے اپنے خصوصی نامہ نگار دنیا کے بڑے بڑے خبری مراکز میں موجود ہیں جو تصویر کا دوسرا رخ پیش کرتے ہیں - اس کا ایک اور علاج بھی رائج ہے کہ مختلف ملکوں کی قومی خبر رساں ایجنسیاں ان بین الاقوامی اداروں کے ساتھ ساتھ آپس میں بھی خبروں کے تبادلے کے معاہدات کر لیتی ہیں - علاقائی بنیاد پر بھی قومی خبر رساں اداروں میں ایسے معاہدات ہوتے ہیں - مثلاً معاہدہ استنبول کے تینوں ملکوں (پاکستان ، ترکیہ اور ایران) کی قومی خبر رساں ایجنسیوں میں اسی قسم کا معاہدہ موجود ہے اور افریشیائی خبر رساں ایجنسی اور دنیائے اسلام کی خبر رساں ایجنسی کے تصورات بھی وقتاً فوقتاً اخبار نویسوں کے زیر غور آتے ہیں -

اس ساری بحث کا حاصل یہ ہے کہ بین الاقوامی سطح پر خبروں کی فراہمی اور تقسیم ، ایجنسیوں ، ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے ذریعے سے اس پیمانے پر ہو رہی ہے کہ اُس میں اجارہ داری کے مواقع روز بروز کم ہو رہے ہیں اور جوں جوں دنیا ترقی کرے گی صحافت پھلے پھولے گی - ایسے مواقع اور بھی کم ہو جائیں گے اور کوئی واقعہ بیرونی دنیا سے چھپا نہیں رہے گا اور کوئی زاویہ نگاہ ایسا نہ ہو گا جو منظر عام پر نہ آ سکے گا -

اس پس منظر کے بعد مناسب معلوم ہوتا ہے کہ بین الاقوامی خبر رساں ایجنسیوں کے نظام کار کا الگ الگ جائزہ لے لیا جائے۔ ان

ایجنسیوں کے نام یہ ہیں :

رائٹر	(راٹر)	Reuters
ایسوشی ایٹڈ پریس آف امریکہ	(الف ۔ پ ۔ الف)	APA
یونائیٹڈ پریس انٹرنیشنل	(ی-پ-الف)	UPI
اژانس فرانس پریس	(الف-ف-پ)	AFP
تاس نیو ایجنسی	(تاس)	TASS
سٹار نیوز ایجنسی	(سٹار)	STAR

راٹر

راٹر خبر رساں ایجنسی کی وجہ تسمیہ یہ ہے ۔ کہ اس کی بنیاد ایک جرمن باشندے پال جولیس راٹر نے رکھی تھی ۔ ایجنسی کا آغاز یوں ہؤا کہ جرمنی اور فرانس کے درمیان تار برق کا براہ راست انتظام موجود نہیں تھا ۔ دونوں ملکوں کے تار برق کے آخری مراکز کے درمیان تیس میل کا فاصلہ تھا۔ اگر ایک ملک سے کوئی برق پیغام دوسرے ملک کو بھیجنا ہوتا تو یہ تیس میل کی مسافت گھوڑا گاڑیوں کے ذریعے سے طے ہوتی تھی۔ راٹر نے اس تیس میل کی مسافت کو طے کرنے کے لیے تربیت یافتہ کبوتروں سے کام لیا ۔ اس طرح وہ ان دونوں ملکوں کے درمیان تجارتی خبروں کے تبادلے کا ذریعہ بن گیا ۔ اُس نے چاہا کہ پیرس میں ایک باقاعدہ خبر رساں ایجنسی قائم کرے ۔ لیکن وہاں ہافاس نامی ایک شخص نے پہلے ہی سے ایسا ادارہ قائم کر رکھا تھا ۔ چنانچہ راٹر لندن پہنچا اور وہاں ایجنسی قائم کر لی ۔ لندن کے اخبار پہلے تو اسے چنداں اہمیت نہیں دیتے تھے لیکن جب اس کی افادیت ثابت ہو گئی تو وہ اس کی سروس خریدنے لگے ۔ ۱۸۶۵ء میں راٹر نے فرانس کی ہافاس نیوز ایجنسی اور جرمن کی ولف نیوز ایجنسی سے خبروں کے تبادلے کا معاہدہ کیا اور یہ طے پایا کہ ہافاس اور ولف کی سرگرمیاں یورپ تک محدود رہیں گی اور راٹر برطانیہ اور باقی دنیا میں سرگرم کار ہو گا ۔ آہستہ آہستہ راٹر نے پاؤں پھیلانے شروع کیے اور صدی کے آخر تک اُس نے ایک ہمہ گیر ادارے کا روپ لے لیا ۔

رائٹر ایک ٹرسٹ کے زیر اہتمام سرگرم بکار ہے۔ اس کے گیارہ رکن ہیں جن میں چار نمائندے لندن کے اخبارات کی طرف سے شامل ہیں۔ تین برطانیہ کے صوبائی اخبارات کی نمائندگی کرتے ہیں اور ایک ایک نمائندہ آسٹریلیا، نیوزی لینڈ اور بھارت کے اخبارات کی طرف سے شامل ہے۔ اس کا سب سے بڑا انتظامیہ افسر جنرل مینجر ہوتا ہے جس کا تقرر ایک بورڈ آف ڈائرکٹرز کے سپرد ہے۔ ایجنسی کا سارا خرچ اس کی اپنی آمدنی ہی سے پورا ہوتا ہے اور چوں کہ یہ ایک ٹرسٹ کے زیر اہتمام چل رہی ہے، اس لیے شرکا منافع میں سے حصہ نہیں لیتے۔

دنیا کے تمام بڑے ملکوں میں رائٹر کے دفاتر قائم ہیں۔ بعض مقامات پر تھوڑے عملے کے ذیلی دفاتر چل رہے ہیں۔ پھر بے شمار شہروں میں جز وقتی نامہ نگار مقرر ہیں۔ یہ تو ہوئے اس کے خصوصی ذرائع، ان کے علاوہ رائٹر نے کئی ممالک کی قومی خبر رساں ایجنسیوں سے معاہدات کر رکھے ہیں۔ یہ سب اپنی اہم خبریں لندن بھیجتی ہیں۔ صدر دفتر میں خبروں کا انتخاب ہوتا ہے کاٹ چھانٹ ہوتی ہے اور بعض جگہ پس منظر کا اضافہ کیا جاتا ہے۔ اس طرح واقعاتی خبروں کی بنیادی سروس تیار ہوتی ہے جو ریڈیائی ٹیلی پرنٹروں کے ذریعے سے دنیا بھر میں پہنچا دی جاتی ہے۔ اس کے علاوہ اس ادارے کو یہ بھی احساس ہے کہ مختلف علاقوں کی مخصوص ضروریات بھی ہیں، اس لیے جنوب مشرق ایشیا، مشرق وسطیٰ، لاطینی امریکہ، شمالی امریکہ وغیرہ کے الگ "ڈیسک" مقرر ہیں۔ جہاں ان علاقوں کی دل چسپی کی خبروں کی تفاصیل مرتب ہوتی ہیں اور وہ علاقہ وار بھیجی جاتی ہیں۔ مثلاً اگر کشمیر کا مسئلہ سلامتی کونسل میں زیر بحث آتا ہے تو قدرتی طور پر پاکستان اور بھارت اور ان کے پڑوسی ملکوں کے اخبار ان مباحثات کی تفصیل چھاپنا چاہیں گے لیکن لاطینی امریکہ یا دوسرے علاقوں کے لیے صرف بنیادی سروس کی مختصر خبر کافی ہوگی۔

رائٹر کو دعویٰ ہے کہ وہ خبروں کی فراہمی، تحریر اور بہم رسانی میں کسی تعصب سے کام نہیں لیتی۔ چنانچہ اس کے مینجنگ ایڈیٹر

مسٹر ڈبلیو اے کول نے برطانوی پریس کمشن کے سامنے شہادت دیتے ہوئے کہا : ''خبروں کی جانچ پڑتال میں یہ مسئلہ پیدا نہیں ہوتا کہ عوام پسند اخباروں کے ذوق کا خیال رکھا جائے یا سنجیدہ خواص پسند اخباروں کی ضروریات پیش نظر رکھی جائیں - ہمیں ان میں سے کسی کی بھی خصوصی خدمت کا دعویٰ نہیں ہے - ہمارا کام تو یہ ہے کہ حقائق جمع کریں ، تقریروں اور پبلک بیانات کا ریکارڈ تیار کرتے چلے جائیں اور ہمیں ہمیشہ یہ خیال رہتا ہے کہ نہ صرف اس ملک میں بلکہ سمندر پار بھی ہمارے جتنے گاہک موجود ہیں اُن سب کی بلا امتیاز خدمت کریں'' -

ایسوشی ایٹڈ پریس آف امریکہ

۱۸۴۸ء میں نیویارک کے چھ روزناموں نے خبروں کی فراہمی پر اپنے اخراجات میں کمی کے لیے ایک مشترکہ خبر رساں ادارہ قائم کیا جس کا نام ''نیویارک ایسوشی ایٹڈ پریس'' تھا - یہ نہ صرف نیویارک کے اخباروں کی ضرورت پوری کرتا تھا بلکہ فلاڈلفیا اور بوسٹن کے اخباروں کو بھی معاوضے پر خبریں فراہم کر دیتا تھا - رفتہ رفتہ اور علاقائی خبر رساں ادارے قائم ہوئے - ان میں مفاہمت بھی ہوئی - ایک بار شدید اختلافات کی بنا پر یہ ادارے اپنی اپنی جگہ خود مختار بھی ہو گئے - کچھ اداروں نے رائٹر ، ہاواس اور ولف سے خبروں کے تبادلے کا معاہدہ بھی کیا - پہلی بار عالمی جنگ کے دوران میں ایسوشی ایٹڈ پریس نے دوسری بین الاقوامی ایجنسیوں سے ایسے معاہدے بھی کیے جن کے ماتحت آپس میں علاقے بانٹ لیے گئے - ۱۹۳۴ء میں یہ معاہدے ٹوٹ گئے اور ایسوشی ایٹڈ پریس نے ساری دنیا کو اپنا دائرۂ عمل قرار دیا -

ایسوشی ایٹڈ پریس آف امریکہ کی ملکیت امریکہ کے اخبارات کے ہاتھ میں ہے جو سب کے سب اس کے رکن ہیں ، لیکن یہ ادارہ غیر منفعتی (non-profit making) ادارے کی حیثیت رکھتا ہے - اس ایجنسی کا سربراہ جنرل مینجر ہوتا ہے - اسے اٹھارہ ڈائرکٹروں پر مشتمل ایک بورڈ مقرر کرتا ہے - ان اٹھارہ ڈائرکٹروں میں سے پندرہ کا انتخاب تمام ارکان کرتے ہیں اور تین ڈائرکٹروں کے انتخاب کے لیے صرف اُن اخباروں کو

ووٹ کا حق دیا گیا ہے جن کی اشاعت پچاس ہزار سے کم ہے۔ اس طرح کم اشاعت کے اخباروں کی نمائندگی کا مستحکم بندوبست ہو گیا ہے۔

چوں کہ یہ ادارہ امداد باہمی کے اصول پر قائم ہے، اس لیے تمام اخراجات ممبر اخبار برداشت کرتے ہیں۔ لیکن قدرتی طور پر اخراجات کا بوجھ مساوی نہیں ہو سکتا تھا، اس لیے یہ طریق کار اختیار کیا گیا ہے کہ بڑے اخبار جو ہر قسم کی سروس لیتے ہیں وہ اس کے مطابق اخراجات برداشت کرتے ہیں۔ مثلاً ایسے بڑے اخبار موجود ہیں جو پانچ پانچ لاکھ ڈالر سالانہ ادا کرتے ہیں۔ اگرچہ پالیسی طے کرنے میں ہر ممبر کی آواز برابر قرار دی جاتی ہے لیکن ڈائرکٹروں کے انتخاب کے لیے اخباروں کو اخراجات کے مطابق ووٹ حاصل ہیں۔ کم از کم پانچ ووٹ ہوتے ہیں اور زیادہ سے زیادہ اکتالیس۔ یعنی جو اخبار زیادہ رقم ادا کرتے ہیں اُن کے ووٹ زیادہ ہوتے ہیں، جو کم ادا کرتے ہیں ان کے ووٹ بھی اسی نسبت سے کم ہوتے ہیں۔

خبروں کی فراہمی میں بھی امداد باہمی کا اصول کارفرما ہے۔ اگرچہ ایجنسی کے اپنے نمائندے ریاستہائے متحدہ امریکہ کے تمام اہم مقامات پر موجود ہیں لیکن اس کے ساتھ ہی ہر اخبار اس امر کا پابند ہے کہ وہ جو خبر اپنے ذریعے سے حاصل کرے اُس کی ایک نقل مقامی نمائندے کے حوالے کردے۔ وہ اپنے علاقائی بیورو کو بھیجتا ہے۔ بیورو مناسب سمجھے تو یہ خبر مناسب ایڈٹنگ کے بعد علاقائی اخباروں کو فراہم کر دیتا ہے۔ اور اگر اُسے زیادہ اہم سمجھے تو مرکزی بیورو کو بھیج دیتا ہے تاکہ سارے ملک کے اخباروں کو مل جائے۔ اور اگر یہ خبر بین الاقوامی دلچسپی کی حامل ہو تو نیویارک اور سان فرانسسکو کے دفاتر کو روانہ کردی جاتی ہے جہاں سے اسے بیرون ملک کے اخباروں کو فراہم ہونے والی سروس میں شامل کر دیا جاتا ہے۔ اس طرح ایسوشی ایٹڈ پریس نہ صرف اپنے خاص ذرائع سے بلکہ اپنے تمام ممبر اخباروں کے ذرائع سے بھی فائدہ اُٹھاتا ہے۔

ایسوشی ایٹڈ پریس کو بھی غیرجانبداری کا دعویٰ ہے۔ اُس نے اپنے

عملے کی ہدایت کے لیے جو کتاب چھاپ رکھی ہے اس میں علاوہ دوسری باتوں کے یہ بھی لکھا ہے :

''کوئی بیرونی اثر ہمیں یہ مجبور نہیں کر سکتا کہ ہم کیا لکھیں اور کیسے لکھیں - ایسوشی ایٹڈ پریس کے طریق کار کے تین بنیادی نکتے ہیں۔ صحت معلومات ، تیز رفتاری اور غیر جانبداری - ہم معلومات مہیا کرتے ہیں لیکن قائل کرنا ہمارا کام نہیں - ہم واقعات رپورٹ کرتے ہیں ، ان کا پس منظر بیان کرتے ہیں ، ان کی وضاحت کرتے ہیں لیکن سیاسی ، معاشری یا معاشی مسائل پر کسی پہلو کی طرف داری نہیں کرتے۔ جب متنازعہ امور پر مبنی خبروں کو پیش کرنا ہوتا ہے تو ہم اس بات کا خیال رکھتے ہیں کہ مختلف زاویہ ہائے نگاہ منصفانہ انداز میں قلم بند کریں - ''

یونائیٹڈ پریس انٹرنیشنل

یہ ایجنسی ۱۹۵۸ء میں دو مشہور ایجنسیوں کے ادغام سے معرض وجود میں آئی ، ایک یونائیٹڈ پریس ، دوسری انٹرنیشنل نیوز سروس اور ''یونائیٹڈ پریس انٹرنیشنل'' اس کا نام قرار پایا ۔

۱۸۸۲ء کا ذکر ہے کہ بوسٹن ، فلاڈلفیا ، نیویارک اور شکاگو کے چار اخباروں نے یونائیٹڈ پریس کے نام سے ایک خبررساں ادارہ قائم کیا لیکن ایسوشی ایٹڈ پریس ۱۸۸۳ء میں دوبارہ منظم ہوا تو اس کا مقابلہ مشکل ہو گیا اور یونائیٹڈ پریس کا بستر گول ہو گیا - اُدھر اخبارات کے ایک عظیم زنجیرہ (chain) کے مالک ایڈورڈ ولیس سکرپس (Edward Wyllis Scripps) نے دو ایجنسیاں قائم کیں ایک تیسری ایجنسی خرید لی اور ان تینوں کو مدغم کر کے ''یونائیٹڈ پریس ایسوسی ایشنز'' کے نام سے ایک نئی ایجنسی بنا لی جو ہر قسم کے ساز و سامان سے آراستہ تھی اور ایسوشی ایٹڈ پریس کے مقابلے کی ایجنسی تھی - اسی یونائیٹڈ پریس نے ۱۹۵۸ء میں یونائیٹڈ پریس انٹرنیشنل کی صورت اختیار کی - یونائیٹڈ پریس کے قیام میں دو محرکات کارفرما تھے :

۱- چونکہ ایسوشی ایٹڈ پریس میں زیادہ تر صبح کو نکلنے والے اخبار شامل تھے اور سکرپس کے اخبار زیادہ تر شام کو نکلتے تھے، اس لیے ایسوشی ایٹڈ پریس خبروں کی ترسیل اس انداز سے کرتی تھی کہ صبح کو نکلنے والے اخبار فائدے میں رہتے تھے -

۲- ایسوشی ایٹڈ پریس امریکہ کی واحد قومی خبررساں ایجنسی تھی اور دوسری بین الاقوامی ایجنسیوں سے تبادلے کے معاہدے کرکے خود بھی بین الاقوامی ایجنسی بن چکی تھی - اس طرح گویا ایسوشی ایٹڈ پریس کو اجارہ حاصل ہو گیا تھا - سکرپس اس اجارے کے خلاف تھا - اس کا نقطۂ نگاہ یہ تھا کہ جب تک میدان میں دو ایجنسیاں نہ ہوں خبروں کی فراہمی کا کام بہتر نہیں ہو سکے گا کیونکہ مسابقت کے بغیر ترقی ممکن نہیں ہوتی - سکرپس لکھتا ہے :

> ''میں اجارہ داری کا قائل نہیں ہوں- میرا خیال یہ ہے کہ آخرکار اجارہ داری کا نقصان خود اجارہ‌داروں کو ان کے شکار لوگوں کی نسبت زیادہ ہوتا ہے - میرے نزدیک یہ امر اس ملک (ریاستہائے متحدہ امریکہ) کی صحافت کے لیے اچھا نہیں کہ خبروں کا اجارہ ایک ہی ادارے کے ہاتھ میں رہے -''

یونائیٹڈ پریس کا ایک اور قابل ذکر پہلو یہ ہے کہ یہ ایک خالص تجارتی ادارہ ہے جس کا مقصد یہ ہے کہ سروس بیچ کر منافع حاصل کیا جائے - نیز یہ کسی دوسری بین الاقوامی ایجنسی سے کوئی ایسا معاہدہ نہیں کرتا جس سے علاقوں کی تقسیم ہو جائے -

انٹرنیشنل نیوز سروس اخبارات کے ایک اور بڑے زنجیرے کے مالک ولیم رینڈلف ہرسٹ (William Randolph Hearst) نے ۱۹۰۹ء میں قائم کی لیکن اس نے ۱۹۳۷ء میں ایک باقاعدہ بین الاقوامی سروس کی صورت اختیار کرلی - یونائیٹڈ پریس کی طرح یہ بھی ایک تجارتی ادارہ تھا -

چند سالوں سے دونوں ایجنسیاں نقصان میں جا رہی تھیں ۔ بالخصوص انٹرنیشنل نیوز سروس جو کئی سال تک تیس لاکھ ڈالرسالانہ خسارہ برداشت کرتی رہی ۔ آخر ۱۹۵۸ء میں ادغام ہؤا اور اس کی بنیاد یہ قرار پائی کہ ''یونائیٹڈ پریس انٹرنیشنل'' میں انٹرنیشنل نیوز سروس کا حصہ پچیس فی صد ہو گا ۔ اس ادغام کا ایک بڑا فائدہ یہ ہؤا کہ ایسوشی ایٹڈ پریس سے برابر کا مقابلہ شروع ہو گیا ۔

اژانس فرانس پریس

اژانس فرانس پریس یوں تو دوسری عالمی جنگ کے بعد قائم ہوئی لیکن یہ ہافاس نیوز ایجنسی کی جانشین ہے اور ''ہافاس'' دنیا کی پہلی خبررساں ایجنسی تھی ۔ اسے ۱۸۳۵ء میں ہافاس نامی ایک شخص نے تجارتی ادارے کے طور پر قائم کیا تھا اور خود رائٹر نے ابتدائی تربیت اسی شخص سے لی تھی ۔ کچھ عرصہ بعد یہ ایجنسی نجی ملکیت میں آئی ۔ دوسری عالمی جنگ کے دوران میں اس پر نازی اثرات غالب آ گئے اور فرانس کے جو لوگ ہٹلر سے تعاون کر رہے تھے وہی اس ایجنسی پر چھاگئے۔ جب فرانس آزاد ہؤا تو وہاں کے اخباروں نے ہافاس کو دور غلامی کی یادگار قرار دیتے ہوئے ختم کر دیا اور اژانس فرانس پریس کے نام سے ایک نئی بین‌الاقوامی خبررساں ایجنسی قائم کر لی جس نے تھوڑے ہی عرصے میں اتنی ترقی کر لی کہ اس کا شمار بڑے بڑے بین‌الاقوامی خبررساں اداروں میں ہونے لگا ۔

اس ایجنسی کا صدر مقام پیرس ہے ۔ کام چلانے کے لیے پندرہ ڈائرکٹروں کا ایک بورڈ ہے ۔ ان میں آٹھ ڈائرکٹر قومی صحافت کی نمائندگی کرتے ہیں ۔ باقی ارکان کی تفصیل یہ ہے :

براڈ کاسٹنگ	۲
ایسے سرکاری محکمے جو ایجنسی کے گاہک ہیں	۳
عملہ	۲

اس کے علاوہ ایک ''اعلیٰ بورڈ'' بھی موجود ہے جس کے آٹھ ارکان

ہیں اور ان کے بارے میں دعویٰ کیا جاتا ہے کہ یہ ہر قسم کے سرکاری اور سیاسی دباؤ سے آزاد ہیں ، اس لیے ان کی موجودگی خبروں کی آزادانہ فراہمی اور غیرجانبداری کی ضامن ہے -

اژانس فرانس پریس کے دستورکار میں بیان کیا گیا ہے کہ یہ ادارہ ملک کے اندر اور باہر مکمل طور پر غیرجانبداری سے خبروں کی فراہمی کے لیے قائم ہے - تمام نامہ نگاروں اور عملۂ ادارت کے ارکان کی ہدایت کے لیے ایک ضابطۂ اخلاق موجود ہے جس کا بنیادی نکتہ یہ ہے کہ وہ کسی پارٹی یا نقطۂ نگاہ کی طرف داری نہ کریں اور صحت معلومات کا خاص خیال رکھیں -

اس ادارے کے دفاتر دنیا بھر میں قائم ہیں - جہاں تک ایسی خبروں کا تعلق ہے جو علاقائی نوعیت کی ہیں ان کے دفاتر کو اجازت ہے کہ وہ انہیں براہ راست ایک دوسرے کو بھیج دیں لیکن بین‌الاقوامی اہمیت کی تمام خبریں پہلے پیرس پہنچتی ہیں ، وہاں انہیں دنیا کے مختلف علاقوں کی دل چسپیوں اور مفادات کے پیش‌نظر منتخب اور ایڈٹ کیا جاتا ہے اور پھر ایک جامع سروس نشر ہوتی ہے -

اژانس فرانس پریس اگرچہ ایک آزاد خبررساں ادارہ ہے اور اس کے بورڈ آف ڈائرکٹرز میں قومی صحافت کے نمائندوں کو اکثریت حاصل ہے لیکن اس کے باوجود کہا جاتا ہے کہ اس کی پالیسی پر حکومت خاصی اثرانداز ہوتی ہے کیونکہ حکومت کی طرف سے اسے ایک معقول رقم گرانٹ کے طور پر ملتی ہے -

تاس نیوز ایجنسی

روس میں خبررساں اداروں نے دوسرے ملکوں کے مقابلے پر دیر سے قدم رکھا - پہلی نیم سرکاری خبررساں ایجنسی ۱۸۹۴ء میں قائم ہوئی لیکن یہ غیر ملکی خبروں کے حصول کے لیے جرمن خبررساں ایجنسی ”وُلف“ کی محتاج تھی اور اُسے ایسی خبروں کی رپورٹنگ ناگوار تھی جو جرمن مفادات کے منافی ہوں - اس پر ایک سرکاری نیوز ایجنسی قائم کی گئی - جب ۱۹۱۷ء میں اشتراکی انقلاب برپا ہؤا تو سوویٹ یونین کے روسی علاقوں

کے یے "روستا" نیوز ایجنسی قائم ہوئی - بہرحال ۱۹۲۵ء میں سوویٹ یونین کے تمام علاقوں کے لیے ، نیز بین‌الاقوامی مقاصد کے پیش‌نظر "تاس" کا قیام عمل میں لایا گیا جو حکومت کی ملکیت میں تھی ، اور ہے - "تاس" کی نامہ نگارمقیم پیرس مادام ویلنٹین سس اویوا (Madame Valentine Syssoeva) کے ایک مقالے میں درج ہے کہ تاس سوویٹ حکومت کا مرکزی اطلاعاتی ادارہ ہے اور حکومت کے ماتحت ہے - اس کا کام یہ ہے کہ نہ صرف قومی خبریں فراہم کرے بلکہ بین‌الاقوامی خبریں بھی مہیا کرے - تاس نے سوویٹ یونین کے باہر خبروں کے چالیس عالمی مراکز میں خصوصی نامہ نگار مقرر کر رکھے ہیں - نیز اس نے تقریباً تمام بین‌الاقوامی خبررساں اداروں اور بعض ملکوں کی قومی ایجنسیوں سے معاہدے کر رکھے ہیں - گویا رائٹر ، ایسوشی ایٹڈ پریس آف امریکہ ، یونائیٹڈ پریس انٹرنیشنل اور اژانس فرانس پریس کی تمام خبروں تک تاس کو رسائی حاصل ہے اور ان ایجنسیوں کو تاس کی سروس ملتی ہے - موصوفہ کے بیان کےمطابق

"تاس کا بڑا مقصد یہ ہے کہ واقعات کا غیرجانبدارانہ ، صحیح اور ہر وقت جائزہ اس طرح پیش کیا جائے کہ ملک کے اندر کمیونزم کی ترقی کو فروغ ہو -"

تاس کی پالیسی یہ بیان کی جاتی ہے کہ سنسنی خیزی سے پرہیز کیا جائے ، صرف حقائق پیش کیے جائیں اور اگر ان کی تصدیق میں تاخیر ہو جائے تو وہ اس سے بہتر ہے کہ غیر مصدقہ معلومات جلد لوگوں تک پہنچائی جائیں - تاس کی خبریں روسی ، انگریزی ، فرانسیسی ، جرمن اور ہسپانوی زبانوں میں مہیا کی جاتی ہیں -

سٹار نیوز ایجنسی

یہ بین‌الاقوامی خبر رساں ایجنسی اتنی اہم نہیں کہ اس کا ذکر دوسری بڑی بین‌الاقوامی ایجنسیوں کے ساتھ کیا جائے لیکن چونکہ پاکستان میں اس کی بنیادیں مضبوط ہیں ، اس لیے اس کا تذکرہ ضروری ہو جاتا ہے -

یہ ایک برطانوی خبررساں ایجنسی ہے جو واقعاتی خبروں کی جگہ پس منظری خبروں کی فراہمی میں پیش پیش ہے۔ برطانیہ میں اسے (Near And Far Eastern News یا NAFEN) [جو اس کا مخفف ہے] کے نام سے یاد کیا جاتا ہے۔ بعض ملکوں میں اسے گلوب نیوز ایجنسی کا نام دیا گیا ہے۔ عرب ملکوں میں یہ عرب نیوز ایجنسی کے نام سے مشہور ہے۔ پاکستان میں اسے سٹار نیوز ایجنسی کہتے ہیں بھارت میں ''نافن'' ہی مشہور ہے۔

''سٹار'' کے پاس ٹیلی پرنٹر کی سہولت نہیں، اس لیے یہ دستی یا ڈاک کے ذریعے سے خبریں بھیجتی ہے اور اُردو اور بنگالی اخباروں کو زیادہ تر سروس اردو اور بنگالی میں مہیا کرتی ہے۔

یہ ایجنسی ایک ''تجارتی'' ادارہ ہے لیکن اسے کسی نہ کسی ذریعے سے گرانٹ ضرور ملتی ہے کیوں کہ جتنا معاوضہ یہ اخباروں سے لیتی ہے اُس سے کام چلانا ناممکن ہے۔

خلاصہ

بین الاقوامی خبر رساں ایجنسیاں صرف اپنے ذرائع خبر رسانی پر انحصار نہیں کرتیں، وہ مختلف ممالک کی قومی خبررساں ایجنسیوں سے بھی معاہدات کے ذریعے سے خبریں حاصل کرتی ہیں۔ اگرچہ یہ ایجنسیاں بعض بڑے ملکوں سے تعلق رکھتی ہیں اور اُنہیں ملکوں کے لوگ ان کی پالیسی کے ذمہ دار ہیں لیکن مسابقت کی وجہ سے کسی ملک کے مفاد میں کوئی خبر چھپانا ممکن نہیں رہا۔

رائٹر کو ایک ٹرسٹ چلاتا ہے جس میں برطانیہ، آسٹریلیا، نیوزی لینڈ اور بھارت کی صحافت کے نمائندے شامل ہیں۔

ایسوشی ایٹڈ پریس آف امریکہ کو ریاستہائے متحدہ امریکہ کے اخبارات نے امداد باہمی کے اُصول پر قائم کر رکھا ہے۔

یونائیٹڈ پریس انٹرنیشنل ایک تجارتی ادارے کی حیثیت سے قائم ہے۔

اژانس فرانس پریس کو فرانس کے اخبارات اور حکومت دونوں کی تائید و حمایت حاصل ہے۔

تاس سوویٹ یونین کی سرکاری خبررساں ایجنسی ہے ۔
"سٹار" برطانوی ادارہ ہے لیکن یہ واقعاتی نہیں بلکہ منظری خبریں مہیا کرتا ہے ۔

سوالات

۱۔ بین الاقوامی خبررساں ایجنسیوں کا طریق کار کیا ہوتا ہے ، کیا وہ صحیح معنوں میں "بین الاقوامی" ہیں ؟

۲۔ دنیا کی سب سے پہلی خبررساں ایجنسی کون سی تھی اور بین الاقوامی خبررساں ادارے کے تصور نے کس طرح نشو و نما پائی ؟

۳۔ رائٹر اور اژانس فرانس پریس کے طریق کار میں کونسا نمایاں فرق موجود ہے ؟

۴۔ مغربی خبررساں ایجنسیوں اور تاس کے انتظام و انصرام اور پالیسی میں اختلاف واضح کیجیے ۔

قومی خبررساں ادارے

اس صدی کے آغاز تک برعظیم کے اخبار قومی خبررساں اداروں کی خدمات سے محروم تھے ۔ غیر ملکی خبریں تو رائٹر سے مل جاتی تھیں لیکن قومی خبروں کے لیے ہر اخبار کو اپنے مخصوص ذرائع ہی پر تکیہ کرنا پڑتا تھا یا حوالہ دے کر معاصرین سے خبریں اخذ کر لیتے تھے ۔ ظاہر ہے ، یہ انتظام ناکافی تھا اور ایک قومی خبر رساں ادارے کی ضرورت محسوس کی جاتی تھی ۔ اس ضرورت نے ایسوشی ایٹڈ پریس آف انڈیا (API) کو جنم دیا ۔

ابتدا یوں ہوئی کہ حکومت ہند کے گرمائی صدر مقام شملہ میں مقیم ، کلکتہ کے تین اخباروں کے نمائندوں نے باہمی تعاون سے ایک ادارہ قائم کرلیا ۔ اسی نے ایسوشی ایٹڈ پریس کا روپ لیا اور بعد میں رائٹر سے معاہدہ کیا جس کی رو سے رائٹر کی خبریں برعظیم میں اسی کے ذریعے سے تقسیم ہونے لگیں

جب پہلی عالمی جنگ کے بعد دس بارہ سال کے اندر اندر مختلف تحریکوں کی وجہ سے لوگوں میں سیاسی بیداری پیدا ہوئی اور ایسوشی ایٹڈ پریس سرکاری اثر کی بنا پر سیاسی خبروں کی عکاسی میں اتنا کامیاب نہ ہوا جتنا اُس سے توقع کی جاتی تھی تو قوم پرست عناصر نے فری پریس آف انڈیا کے نام سے ایک نیا خبر رساں ادارہ بنا لیا ۔ اس نے برطانوی یونائیٹڈ پریس اور ایکسچینج ٹیلی گراف نامی دو غیر ملکی ایجنسیوں سے خبروں کے تبادلے کا معاہدہ کرلیا ۔ یاد رہے کہ اول الذکر کا تعلق امریکہ کے یونائیٹڈ پریس سے تھا ۔ اس طرح ملک میں خبر رسانی کا اجارہ ٹوٹ گیا اور دو ایجنسیاں مسابقت میں مصروف ہو گئیں ۔ لیکن خبر رساں ایجنسی کے مالی پہلو ایسے پیچیدہ تھے کہ چند سال کے اندر اندر فری پریس نے

بوریا بستر گول کر لیا۔ بہرحال اس ادارے کے ایک ایڈیٹر نے ہمت نہ ہاری۔ اُس نے یونائیٹڈ پریس کے نام سے ایک نیا ادارہ قائم کر لیا جو ۱۹۴۷ء کے بعد بھی قائم رہا۔ بہرحال یہ زیادہ کامیاب نہیں تھا۔

ایسوشی ایٹڈ پریس اور یونائیٹڈ پریس، دونوں پر ہندو غالب تھے، اس لیے مسلم لیگ کی خبریں عموماً توڑ مروڑ کر نشر کی جاتی تھیں۔ اس پر مسلمانوں نے ایک پرائیویٹ لمیٹڈ کمپنی بنا کر اس کے اہتمام میں ''اوریئنٹ پریس آف انڈیا'' کے نام سے ایک خبررساں ایجنسی قائم کر لی لیکن مسلمان اخباروں میں اتنی سکت نہیں تھی کہ وہ ایک تیسری ایجنسی کا خرچ بھی برداشت کریں، اس لیے اوریئنٹ پریس کی مالی حالت سقیم رہی اور قیام پاکستان کے وقت اس کا کاروبار تقریباً ختم ہو چکا تھا۔

ایسوشی ایٹڈ پریس آف پاکستان: قیام پاکستان کے وقت ایسوشی ایٹڈ پریس آف انڈیا کے دفتر لاہور کی نظامت ایک کہنہ مشق مسلمان صحافی ملک تاج الدین کے ہاتھ میں تھی۔ موصوف نے اسی ایجنسی کے چھوڑے ہوئے اثاثے سے ایسوشی ایٹڈ پریس آف پاکستان کی بنیاد رکھی۔ پہلے مشترکہ سرمائے کی ایک کمپنی بنائی اور کچھ بڑے اخبار نویسوں کو بورڈ آف ڈائرکٹرز میں رکھ لیا لیکن جب یہ حضرات اپنے حصص کی رقوم جمع نہ کر سکے تو ملک تاج الدین نے پچاس ہزار روپیہ دے کر اسے ایک ٹرسٹ کی صورت دی۔ اس کا نام ایسٹرن نیوز ٹرسٹ تھا اور ملک صاحب تا حین حیات مینجنگ ٹرسٹی مقرر ہوئے۔ اب ایسوسی ایٹڈ پریس آف پاکستان اسی ٹرسٹ کا ایک ادارہ بن گیا۔ اس نے رائٹر سے خبروں کے تبادلے کا معاہدہ کیا اور کام چلنے لگا۔ ٹرسٹ کے ارکان زیادہ تر اخبار نویس تھے، اس لیے کہا جا سکتا ہے کہ یہ ادارہ اخباروں کے تعاون سے چلتا تھا۔

ایسوشی ایٹڈ پریس ایک عرصے تک گھاٹے میں رہا۔ اس کی بڑی وجہ تو تھی کہ خبررساں اداروں کے اخراجات بہت ہوتے ہیں۔ دوسری وجہ یہ تھی کہ بہت سے اخباروں نے عرصے تک خبروں کا معاوضہ نہ دیا اور بقایا رقوم بڑھتی چلی گئیں۔ کچھ بدنظمی کی بھی شکایت تھی۔

چنانچہ مارشل لا کے نفاذ کے کچھ عرصہ بعد حکومت نے اس کا انتظام و انصرام خود سنبھال لیا - ملک تاج الدین کو سبکدوش کر دیا گیا اور حکومت نے ایک ایڈمنسٹریٹر (ناظم) مقرر کر دیا -

اس ادارے نے بہت سی غیر ملکی خبررساں ایجنسیوں سے معاہدے کر رکھے ہیں - جن میں رائٹر اور ایسوشی ایٹڈ پریس آف امریکہ سرفہرست ہیں - رائٹر سے معاہدے کی دو بنیادیں ہیں :

اول : تبادلہ - چونکہ رائٹر ساری دنیا کی خبریں دیتا ہے لیکن ایسوشی ایٹڈ پریس اُسے صرف پاکستان کی خبریں مہیا کرتا ہے اس لیے تبادلے کے علاوہ

دوم : معاوضہ بھی ایک اہم بنیاد ہے - یعنی ایسوشی ایٹڈ پریس آف پاکستان رائٹر کو اُس کی خبروں کا معاوضہ دیتا ہے اور پھر اپنے ملک کے اخباروں کو یہی خبریں مہیا کرتا ہے -

اسی معاہدے کی رو سے ایسوشی ایٹڈ پریس کا ایک نمائندہ لندن میں مقرر ہے جو پاکستان کی ایسی خبریں رائٹر کو مہیا کرتا ہے جو برطانیہ سے اُبھرتی ہیں -

ایسوشی ایٹڈ پریس آف امریکہ سے معاہدے کی صورت یہ ہے کہ اُس کی خبریں معاوضے پر ایسوشی ایٹڈ پریس آف پاکستان کے ذریعے سے اخباروں میں تقسیم ہوتی ہیں -

ان کے علاوہ مندرجہ ذیل غیر ملکی ایجنسیوں سے خبروں کا تبادلہ ہوتا ہے :

انتارا	Antara	انڈونیشیا
کیوٹو	Kyoto	جاپان
نیو چائنا نیوز ایجنسی	NCNA	عوامی جمہوریہ چین

نیو چائنا نیوز ایجنسی کی خبریں رائٹر اور ایسوشی ایٹڈ پریس آف امریکہ کی طرح بذریعہ وائرلیس (بے تار برق) موصول ہوتی ہیں -

۱۹۶۵ء میں ”علاقائی تعاون برائے ترقی“ (RCD) کے ممبر ملکوں کے خبر رساں اداروں میں بھی تبادلے کا معاہدہ ہوا - اس میں ایسوشی ایٹڈ

پریس کے علاوہ پارس نیوز ایجنسی (ایران) اور اناطولیہ نیوز ایجنسی (ترکیہ) شامل ہیں ۔ مقصد یہ ہے کہ یہ تین ملک ایک دوسرے کے حالات کے بارے میں زیادہ باخبر رہیں ۔

ایسوشی ایٹڈ پریس کے دفاتر پاکستان کے اُن تمام بڑے شہروں میں قائم ہیں جہاں روزانہ اخبار نکلتے ہیں ۔ مشرق پاکستان اور مغربی پاکستان کے درمیان خبروں کی ترسیل بذریعہ وائرلیس ہوتی ہے لیکن دونوں صوبوں کے اندر ٹیلی گراف کی لائنیں لے کر ٹیلی پرنٹروں کے ذریعے خبریں اخبارات کے دفاتر میں پہنچائی جاتی ہیں ۔

غیر ملکی خبریں دو حصوں میں تقسیم کی جاتی ہیں ۔ عمومی (General) اور خصوصی (Special) ۔ عمومی سروس میں بڑی بڑی خبروں کا خلاصہ ہوتا ہے اور اُن اخباروں کو مہیا کی جاتی ہے جو کم معاوضہ دیتے ہیں ۔ خصوصی سروس زیادہ جامع اور مفصل خبریں دیتی ہے اور یہ اُن اخباروں کو دی جاتی ہے جو زیادہ معاوضہ دیتے ہیں ۔ ملکی خبریں بھی اسی طرح دو حصوں میں تقسیم کی جاتی ہیں لیکن فرق یہ ہے کہ زیادہ خبریں عمومی سروس میں شامل ہوتی ہیں ۔ ایک فیچر سروس بھی ہے جس میں اوسطاً پچیس مضامین ہر مہینے مہیا کیے جاتے ہیں ۔ فوٹو سروس بھی موجود ہے اور اس میں تقریباً ڈیڑھ سو تصاویر ہر مہینے دی جاتی ہیں ۔

پاکستان پریس ایسوسی ایشن : یہ پاکستان کی دوسری بڑی قومی خبررساں ایجنسی ہے ۔ یہ ایک پرائیویٹ لمیٹڈ کمپنی کے زیر اہتمام چل رہی ہے ۔ اس نے غیر ملکی خبروں کے لیے آٹھ خبررساں اداروں سے تبادلے کے معاہدے کر رکھے ہیں جن میں سرفہرست اژانس فرانس پریس اور جرمن خبررساں ادارہ DPA ہیں ۔ ان دونوں سے معاہدہ تبادلے اور معاوضے پر مبنی ہے ۔ یعنی یہ ادارے جو خبریں مہیا کرتے ہیں اُن کے بدلے پاکستان پریس ایسوسی ایشن سے ایک تو پاکستانی خبریں لیتے ہیں دوسرے معاوضہ بھی لیتے ہیں ۔ وجہ یہ ہے کہ یہ دونوں ادارے دنیا بھر کی خبریں فراہم کرتے ہیں ۔ اُن کے علاوہ مندرجہ ذیل ایجنسیوں

سے بھی معاہدات موجود ہیں جو محض تبادلے پر مبنی ہیں - یعنی فریقین ایک دوسرے کو اپنے اپنے ملک کی خبریں مہیا کرتے ہیں اور معاوضہ نہیں لیتے :

مڈل ایسٹ نیوز ایجنسی	MENA	متحدہ عرب جمہوریہ
عراق نیوز ایجنسی	INA	عراق
سے ٹی کا	Ceteka	چیکو سلواکیا
آنسن	Anson	اٹلی
جی جی	Ji Ji	جاپان
تن جگ	Tanjug	یوگو سلاویہ

بڑی ایجنسیوں کی خبریں بذریعہ وائرلیس موصول ہوتی ہیں -

پاکستان پریس ایسوسی ایشن کے غیر ملکی نامہ نگار استانبول، تہران، ہمبرگ، پیرس اور بلغراد میں مقرر ہیں -

پاکستان کے دونوں صوبوں کے بڑے بڑے اخباری مرکزوں میں دفاتر قائم ہیں - صوبوں کے درمیان خبروں کی ترسیل بذریعہ وائرلیس ہوتی ہے اور ہر صوبے کے اندر عام ٹیلی پرنٹروں کے ذریعے سے خبریں تقسیم ہوتی ہیں - پاکستان پریس ایسوسی ایشن ہر اخبار کو دو ٹیلی پرنٹر دیتی ہے - ایک اژانس فرانس پریس کی سروس کے لیے اور ایک باقی خبروں کے لیے - سب اخباروں کے لیے ایک ہی بنیادی سروس فراہم کی جاتی ہے، گویا "عمومی" اور "خصوصی" سروس کا امتیاز روا نہیں رکھا گیا - بہرحال ایک فیچر سروس موجود ہے جس میں ہر مہینے تقریباً تیس مضامین دیے جاتے ہیں اور ایک فوٹو سروس ہے جس میں قومی اور بین‌الاقوامی موضوعات سے تعلق رکھنے والی تقریباً ایک سو تصویریں ہر مہینے بھیجی جاتی ہیں -

یونائیٹڈ پریس آف پاکستان : یہ ایجنسی قیام پاکستان کے بعد یونائیٹڈ پریس آف انڈیا کی جانشین بنی - اس نے کوئی خاص ترقی نہیں کی اور اس کی سروس زیادہ تر کراچی ہی میں لی جاتی ہے - اس ایجنسی کے پاس ٹیلی پرنٹر کی سہولت موجود نہیں -

اُردو پریس سروس : اُردو پریس سروس کے قیام کے پیچھے یہ تصور کارفرما تھا کہ ایک ایسی خبررساں ایجنسی ہو جو ہر قسم کی خبریں فراہم کرے لیکن اُردو زبان میں ۔ اس نے اُردو ٹیلی پرنٹر تیار کروائے لیکن مالی مجبوریوں کی بنا پر انہیں ایسوشی ایٹڈ پریس آف پاکستان کے ہاتھ بیچ دیا ۔

خبررساں اداروں کے مجموعی خد و خال

اس مختصر سے جائزے کے بعد ہم ان نتائج پر پہنچتے ہیں :

۱ - پاکستان میں چار قومی خبررساں ادارے موجود ہیں لیکن ان میں دو کو ٹیلی پرنٹروں کی سہولت میسر ہے اور یہی دو ادارے قومی خبروں کا غالب حصہ مہیا کرتے ہیں ۔

۲ - ایسوشی ایٹڈ پریس کا انتظام و انصرام حکومت کے ہاتھ میں ہے۔ باقی تینوں ایجنسیاں آزاد اور خود مختار ہیں اور تجارتی اداروں کی حیثیت رکھتی ہیں ۔ بہرحال ان ایجنسیوں میں اخبار نویس ہی غالب ہیں ۔

۳ - حکومتی ادارے (ریڈیو، ٹیلی ویژن، اطلاعات کے محکمے وغیرہ) ان خبررساں ایجنسیوں کی سروس لیتے ہیں اور اس کا معاوضہ ادا کرتے ہیں بلکہ یوں کہنا چاہیے کہ ایسوشی ایٹڈ پریس اور پاکستان پریس ایسوسی ایشن کی کل آمدن کا ایک تہائی حکومت سے آتا ہے اور دو تہائی اخباروں سے ۔ چونکہ ایسوشی ایٹڈ پریس حکومت کی نگرانی میں ہے ، اس لیے اس کا خسارہ بھی حکومت برداشت کرتی ہے ۔

۴ - چونکہ پاکستان میں ایک سے زیادہ قومی خبررساں ادارے قائم ہیں اس لیے یہ کہنا درست ہوگا کہ خبروں کی فراہمی اور ترسیل اجارہ داری کی لعنت سے پاک ہے ۔

۵ - سوائے اُردو پریس سروس کے ساری ایجنسیاں قومی اور بین‌الاقوامی خبریں انگریزی میں مہیا کرتی ہیں لیکن دونوں بڑی خبررساں ایجنسیاں ایسے منصوبوں پر غور کر رہی ہیں جن

کا مقصد یہ ہے کہ اُردو اخباروں کو خبریں اُردو میں ملیں اور بنگالی اخباروں کو بنگالی میں۔

۶۔ ملک میں دنیا کے بڑے بڑے خبررساں ادارے اپنی خبریں قومی اداروں کے توسط سے فراہم کرتے ہیں۔ سٹار نیوز ایجنسی براہ راست خبریں تقسیم کرتی ہے اور یونائیٹڈ پریس انٹرنیشنل کا بھی یہی حال ہے اگرچہ اس کا دائرۂ اثر کراچی تک محدود ہے۔ اس سے یہ نتیجہ اخذ ہوتا ہے کہ پاکستان میں کسی غیر ملکی ایجنسی کو اجارہ حاصل نہیں اور بین الاقوامی خبروں کے ماخذ خاصے متنوع ہیں۔

۷۔ جب بین الاقوامی خبریں ہمارے قومی اداروں کے صدر دفتر میں موصول ہوتی ہیں تو اُنھیں بجنسہٖ ریلیز نہیں کیا جاتا۔ قارئین کے ذوق کے مطابق خبریں منتخب کی جاتی ہیں اور اُن کو ملکی ضروریات کے پیش نظر "ایڈٹ" کیا جاتا ہے۔

۸۔ تین قومی خبررساں اداروں کے صدر دفتر کراچی میں ہیں۔ اُردو پریس سروس کا دفتر لاہور میں ہے۔ ایسوشی ایٹڈ پریس اور پاکستان پریس ایسوسی ایشن کے علاقائی دفاتر دونوں صوبوں کے اہم اخباری مرکزوں میں قائم ہیں۔ بعض شہروں میں کل وقتی اور بعض مقامات پر جز وقتی نامہ نگار مقرر ہیں۔ یہ نامہ نگار اپنی خبریں بذریعہ تار، بذریعہ فون یا بذریعہ ڈاک قریب ترین علاقائی دفتروں کو بھیجتے ہیں۔

خلاصہ

پاکستان میں چار قومی خبررساں ادارے قائم ہیں۔ ایک حکومت کے انتظام کے ماتحت ہے، تین آزاد ہیں۔ ملک کی دو بڑی خبررساں ایجنسیوں کے توسط سے بڑی بڑی بین الاقوامی ایجنسیوں کی سروس اخبارات تک پہنچتی ہے۔ ان ایجنسیوں نے کئی دوسرے ممالک کی قومی ایجنسیوں سے بھی خبروں کے تبادلے کے لیے معاہدات کر رکھے ہیں۔ اس طرح پاکستان

کے لوگوں تک مختلف النوع ذرائع سے قومی اور بین الاقوامی خبریں پہنچتی ہیں اور خبروں کی فراہمی اور ترسیل میں کسی اجارہ داری کی گنجائش نہیں -

سوالات

۱ - ایسوشی ایٹڈ پریس آف پاکستان کا مختصر حال بیان کیجیے -
۲ - بین الاقوامی خبریں پاکستانی اخباروں تک کیسے پہنچتی ہیں ؟
۳ - پاکستانی خبررساں اداروں کے نمایاں خد و خال تحریر میں لائیے -

خبر رسانی کے دوسرے ادارے

خبر رسانی کے بعض دوسرے ادارے ایسے بھی ہوتے ہیں جو اخباروں کو خبریں ، تصاویر ، بلاک ، فیچر بلکہ کارٹون بھی مفت مہیا کرتے ہیں ۔ ان کا طریق کار خبر رساں اداروں سے ملتا جلتا ہے لیکن ان کے لیے صحیح اصطلاح "اطلاعاتی ادارے" یا "انفرمیشن سروسز" ہے ۔ ان اداروں کی دو بڑی قسمیں ہیں ۔

اول : غیر ملکی اطلاعاتی ادارے ۔

دوم : ملکی اطلاعاتی ادارے ۔

غیر ملکی اطلاعاتی ادارے : غیر ملکی اطلاعاتی ادارے اپنے اپنے ملک کے سفارت خانے سے تعلق رکھتے ہیں اور اسی کی نگرانی میں کام کرتے ہیں ۔ ان کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ یہ اپنے اپنے ملک کے بارے میں زیادہ سے زیادہ معلومات فراہم کریں اور اُنھیں اس رنگ میں پیش کریں کہ متعلقہ ملک کی پالیسیوں کے بارے میں قارئین کی رائے زیادہ سے زیادہ ہموار ہو ۔ پاکستان میں یوں تو ہر سفارت خانے کے ساتھ ایک اطلاعاتی ادارہ منسلک ہوتا ہے لیکن امریکہ اور برطانیہ کے ادارے زیادہ وسیع پیمانے پر کام کرتے ہیں ۔ یہ بذریعہ وائرلیس اور بذریعہ ڈاک ہر قسم کا مواد موصول کرتے ہیں ۔ اُسے کبھی کبھی ، جہاں بھی ممکن ہو ، مقامی رنگ دیتے ہیں اور اپنی سروس روزانہ بلکہ دن میں دو دو بار اخبار کو بھیجتے ہیں ۔ اُردو اخباروں کو تمام مواد اُردو میں مہیا کرتے ہیں اور بنگالی اخبارات کو بنگالی میں تاکہ وہ ترجمے کی زحمت سے بچ جائیں ۔ برٹش انفرمیشن سروس تو بے سروسامان اُردو اخباروں کو اپنا مواد کتابت شدہ صورت میں بھی بھیجتی ہے تاکہ جن کے پاس کاتب کم ہیں وہ اس مواد کو بجنسہ کاپی پر لگا دیں ۔ دوسرے ملکوں کے اطلاعاتی ادارے بھی

اخباروں کو مسلسل مواد بھیجتے رہتے ہیں ۔ نتیجہ یہ ہے کہ اخباری دفاتر میں ایسے مواد کے ڈھیر لگے رہتے ہیں ۔ تصاویر اور فیچروں کا بھی انبار لگا رہتا ہے ۔

اچھے اور مستند اخبار ایسے مواد کی اشاعت میں بہت چھان پھٹک سے کام لیتے ہیں کیونکہ ان کا غالب حصہ پروپیگنڈے پر مشتمل ہوتا ہے اور کوئی اخبار بھی کسی غیر ملک کا پروپیگنڈا ایجنٹ بننا پسند نہیں کرتا ۔ اضلاعی اور علاقائی اخباروں میں ایسا مواد زیادہ چھپتا ہے ۔ کیونکہ ایجنسیوں کی سروس نہ لینے کی وجہ سے مواد کم ہوتا ہے اور جگہ زیادہ اور فالتو جگہ پُر کرنے کے لیے وہ بھرتی کا مواد چھاپ دیتے ہیں ۔ بہرحال اس کا مطلب یہ نہیں کہ غیر ملکی اطلاعاتی اداروں کا سارا مواد اسی قسم کا ہوتا ہے ۔ اس میں کام کی چیزیں بھی ہوتی ہیں جن کے انتخاب کے پیمانے یہ ہوتے ہیں :

۱ ۔ کیا اس میں واقعی ایسی معلومات درج ہیں جو قارئین تک پہنچنی چاہییں ؟

۲ ۔ کیا اس میں پروپیگنڈے یا اشتہار کا عنصر تو نہیں ؟

۳ ۔ کیا اس کی اشاعت ملکی اور قومی مفاد کے منافی تو نہیں ؟

۴ ۔ کوئی ایسی پابندی تو نہیں کہ خبر کا ماخذ نہ دیا جا سکے ؟

بعض اوقات پروپیگنڈے کا عنصر مخفی یا مستور ہوتا ہے ۔ یعنی بہ ظاہر نظر نہیں آتا لیکن اخبار نویس جتنا مشاق اور چابک دست ہوگا اتنا ہی اس قابل ہوگا کہ پروپیگنڈے کو بھانپ لے ۔

ملکی اطلاعاتی ادارے

دوسرے ممالک کی طرح پاکستان میں بھی مرکزی اور صوبائی حکومتوں کے محکمہ ہائے اطلاعات قائم ہیں جن کا کام یہ ہے کہ نہ صرف ہر قسم کے سرکاری اعلانات اخباروں تک پہنچائیں بلکہ تعمیر و ترقی کی جتنی سرگرمیاں حکومت کے زیراہتمام جاری ہیں اُن کی روداد بھی نشر ہوتی رہے ۔ ان محکموں میں جو انفرمیشن افسر مقرر ہیں وہ قریب قریب اخباری نامہ نگاروں کی طرح خبریں فراہم کرتے ہیں ۔ یہ محکمے تصاویر اور

فیچر بھی مہیا کرتے ہیں اور اِن کی طرف سے ہر روز بہت سا مواد اخباروں کے پاس پہنچتا ہے ۔ انگریزی اخباروں کو انگریزی میں ، اُردو آخباروں کو اُردو میں اور بنگالی اخباروں کو بنگالی میں ۔ خبریں دو قسم کی ہوتی ہیں ۔ ایک ایسی جن کا ماخذ بتایا جاسکتا ہے ، دوسری ایسی ، جنھیں اِس مفاہمت پر فراہم کیا جاتا ہے کہ اخبار اُن کا ماخذ نہ بتائیں ۔ بہرحال اِن کی اشاعت میں کوئی جبر نہیں ہوتا ۔ اَخبار چاہیں تو اِنھیں چھاپ لیں چاہیں تو نہ چھاپیں ۔ اِطلاعاتی اداروں کا بیشتر مواد قومی خبررساں ایجنسیاں اُس کی خبری اہمیت کے پیش نظر ریلیز کر دیتی ہیں ۔ بہرحال اِس کے باوجود ضروری ہے کہ سارا مواد دیکھ لیا جائے کیوں کہ ایسا بھی ہو سکتا ہے کہ کسی خبر کو ایجنسی نے زیادہ اہم نہ سمجھا ہو لیکن اخبار کے نزدیک وہ اہمیت کی حامل ہو ۔

یہ تعلقات عامہ کا دور ہے ، اس لیے نیم سرکاری بلکہ بعض غیر سرکاری اداروں نے بھی تعلقات عامہ یا اطلاعات عامہ کے دفاتر قائم کر رکھے ہیں ۔ اِن سب کی یہی کوشش ہوتی ہے کہ اِن کی "خبریں" زیادہ سے زیادہ تعداد میں اخبارات میں شائع ہوں ۔ اَب یہ اخبار نویسوں کا کام ہے کہ وہ اِن کی اچھی طرح جانچ پڑتال کرکے صرف وہی خبریں چھاپیں جو واقعی خبریں ہوں ۔

ریڈیو : پاکستان میں ایسے کئی علاقائی اَخبار موجود ہیں جن کی مالی حالت ایسی نہیں کہ خبررساں ایجنسیوں کے اخراجات برداشت کر سکیں ، اس لیے وہ قومی اور بین الاقوامی خبروں کے لیے صرف ریڈیو پر اِنحصار کرتے ہیں ۔ یہ درست ہے کہ ریڈیو سے موٹی موٹی خبریں مل جاتی ہیں لیکن وہ خبررساں ایجنسیوں کا نعم البدل ہرگز نہیں بن سکتا کیونکہ :

الف ۔ ریڈیو پرخبریں اختصار سے دی جاتی ہیں ۔

ب ۔ بے شمار ایسی خبریں بھی ہوتی ہیں جن میں لوگ دل چسپی لیتے ہیں لیکن وہ ریڈیو پر نشر نہیں ہوتیں ۔

ج ۔ ریڈیو سرکاری محکمہ ہے ۔ اخبار آزاد ہیں ۔ دونوں کی ضروریات میں خاصا فرق ہے ۔

د - بہت سی قومی خبریں رہ جاتی ہیں کیونکہ ریڈیو پاکستان آخری بلٹین کے بعد آنے والی خبریں نشر کرنے سے قاصر ہے -

ہ - ریڈیو سے خبریں لینے میں خصوصی مہارت درکار ہے اور اگر اِس میں ذرا بھی کمی ہو تو یہ بھی خطرہ ہوتا ہے کہ کسی خبر کی غیر صحیح روداد مرتب ہو جائے -

ربع صدی سے زیادہ عرصہ گزرا جب برعظیم میں ریڈیو کے قدم جمے اور اس سے خبریں نشر ہونے لگیں - جب بعض اخباروں نے ریڈیو سے خبریں لینا شروع کر دیں تو اس پر اُن خبررساں ایجنسیوں نے اعتراض کیا جو ریڈیو کو اپنی سروس مہیا کرتی تھیں - اُن کا خیال یہ تھا کہ خبروں کا "کاپی رائٹ" ہوتا ہے لیکن یہ خیال بہت جلد غلط قرار پایا اور دنیا بھر میں یہی اُصول تسلیم ہؤا کہ جونہی خبر نشر ہوتی ہے اُس کا "کاپی رائٹ" ختم ہو جاتا ہے اور اخبار تو ایسی خبروں کو نشر ہونے کے آٹھ دس گھنٹے کے بعد چھاپتے ہیں - پھر "کاپی رائٹ" کہاں باقی رہا ؟ اس لیے قانوناً تو ریڈیائی خبروں کی اشاعت ممنوع نہیں لیکن یہ الگ بات ہے کہ کوئی اخبار صرف انہی پر تکیہ کرکے کامیابی سے نہیں چل سکتا -

پاکستان کے بعض بڑے اخبار خبررساں اداروں کی سروس لینے کے باوجود ریڈیو سے بھی خبریں لیتے ہیں اور صرف ریڈیو پاکستان سے نہیں ، بی بی سی ، ماسکو ریڈیو ، آل انڈیا ریڈیو' اور دوسرے ریڈیو سٹیشنوں سے بھی لیتے ہیں - اگر حوالہ دے دیا جائے تو اِس میں نہ صرف کوئی قباحت نہیں بلکہ یہ عین مستحسن ہے - کیونکہ ایسا بھی ہوتا ہے کہ ترسیل کے میکانکی ذرائع کی اچانک خرابی کی وجہ سے ایجنسی کوئی اہم خبر وقت پر نہیں بھیج سکتی اور یہی خبر کسی غیر ملکی ریڈیو سے نشر ہوجاتی ہے - ایسے میں وہ اخبار فائدے میں رہتے ہیں جو ریڈیائی خبروں کو نظر انداز نہیں کرتے - یوں بھی ہوتا ہے کہ ریڈیو پاکستان اور غیر ملکی ریڈیو سٹیشن اپنے مخصوص ذرائع سے حاصل کی ہوئی ایسی خبریں نشر کرتے ہیں جو ایجنسیوں کی نظر سے اوجھل رہتی ہیں - جو اخبار ایسی خبریں بھی چھاپ دیتا ہے وہ حریفوں سے بازی لے جاتا ہے - پس خبررساں

اداروں کی جامع سروسوں کے باوجود ریڈیو کا استعمال مفید رہتا ہے لیکن شرط صرف ایک ہے کہ جو اخبار نویس ریڈیو سے خبریں لینے پر مامور ہو وہ واقعی چابک دست اور چوکنا ہو -

خلاصہ

۱ - غیر ملکی اطلاعاتی اداروں کا مقصد یہ ہے کہ وہ اپنے ملک کا پروپیگنڈا کریں ، اس لیے وہ بہت سا مواد فراہم کرتے ہیں - اخباروں کا کام یہ ہے کہ وہ اِس میں سے صرف وہ چیزیں چنیں جو واقعی معلوماتی اور قارئین کے لیے دل چسپی کا باعث ہوں -

۲ - ملکی اطلاعاتی اداروں کا فراہم کردہ زیادہ تر مواد خبررساں ایجنسیوں کے توسط سے نشر ہو جاتا ہے لیکن اِس کے باوجود اِس پر نظر ڈالنا ضروری ہوتا ہے تاکہ دل چسپی کی کوئی چیز رہ نہ جائے -

۳ - ریڈیائی خبروں کا استعمال بہت مفید رہتا ہے لیکن اِس کا مطلب ہرگز یہ نہیں کہ خبررساں ایجنسیوں سے بے نیاز ہو کر اور صرف ریڈیو پر تکیہ کرکے کوئی اخبار کامیاب ہو سکتا ہے -

سوالات

۱ - غیر ملکی اطلاعاتی اداروں کے فراہم کردہ مواد کی چھان پھٹک میں کن امور کا خیال رکھنا ضروری ہے ؟

۲ - کیا کسی اخبار کے لیے ممکن ہے کہ وہ صرف ریڈیائی خبروں پر انحصار کرکے کامیاب ہو جائے - اس کا جواب اثبات میں ہو یا نفی میں ، اس کے ساتھ دلائل پیش کیجیے -

۳ - تمام خبررساں ایجنسیوں کی سروس لینے کے باوجود اخبار کے لیے ریڈیو کا استعمال کیوں ضروری ہے ؟

مقامی خبروں کی فراہمی

اگر تمام اخبار صرف خبررساں اداروں پر تکیہ کریں تو ان سب میں ایک سی خبریں چھپیں اور نہ کوئی شخص ایک سے زیادہ اخبار خریدے نہ کسی ایک اخبار کو اپنائے ۔ اس لیے جہاں ہر اخبار اپنی انفرادی شخصیت بنانے اور اُسے قائم رکھنے کے لیے مختلف قسم کے فیچر چھاپتا ہے وہاں اس کی یہ کوشش بھی ہوتی ہے کہ اس میں کچھ ایسی خبریں بھی شائع ہوں جو دوسرے کسی اخبار میں نہ چھپیں یا وہ اپنے مخصوص ذرائع سے کام لے کر بعض خبروں کو ایسے قالب میں ڈھالے کہ وہ قارئین کے لیے زیادہ کشش کا موجب بن جائیں ، اس لیے خبررساں اداروں کی سروس کے باوجود ہر اخبار اپنے خاص رپورٹر مقرر کرتا ہے ۔ ان کی فراہم کی ہوئی خبروں پر "سٹاف رپورٹر" ، "اپنے نامہ نگار سے" یا "وقائع نگار خصوصی" یا "نمائندہ خصوصی" جیسے حوالے درج ہوتے ہیں ۔ جس شہر سے اخبار نکلتا ہے وہاں ایسے نامہ نگار خصوصیت سے مقرر کیے جاتے ہیں ۔ ان کی تعداد کا انحصار اخبار کی آمدنی پر ہوتا ہے ۔ چھوٹے علاقائی روزناموں میں صرف ایک ہی مقامی رپورٹر ہوتا ہے ۔ بڑے اخباروں میں زیادہ رپورٹر مقرر کیے جاتے ہیں اور ہر رپورٹر کو خبروں کی ایک خاص قسم کی فراہمی سونپ دی جاتی ہے ۔ بڑے اخبار اپنے شہر کے علاوہ دوسرے بڑے شہروں میں بھی نامہ نگار مقرر کرتے ہیں اور چھوٹے مقامات پر جز وقتی نامہ نگاروں کا تقرر کرتے ہیں اور بعض بڑے روزنامے غیر ممالک میں بھی نامہ نگار رکھتے ہیں ۔

نامہ نگار خبررساں اداروں سے تعلق رکھیں یا اخباروں سے ، خبریں فراہم کرنے کا طریقہ ایک ہی ہوتا ہے البتہ تحریر کے انداز میں فرق ہوتا ہے ۔ چونکہ ہر خبررساں ادارے کو بہت سے اخباروں کے لیے خبریں فراہم کرنی ہوتی ہیں اور ان اخباروں کی پالیسی ایک دوسرے سے

مختلف ہوتی ہے ، اس لیے یہ ادارے کوشش کرتے ہیں کہ خبریں اس انداز سے لکھی جائیں کہ اُنھیں ہر اخبار چھاپ سکے ۔ اُدھر اخبار کے خصوصی نامہ‌نگاروں کو یہ دیکھنا ہوتا ہے کہ ہمارے اخبار کے قارئین کس قسم کی خبریں چاہتے ہیں یا وہ کس قسم کا اندازِ تحریر پسند کرتے ہیں ؟ پھر اخبار کی پالیسی بھی پیش‌نظر ہوتی ہے ۔ ان تمام امور کو سامنے رکھتے ہوئے وہ خبریں اکٹھی کرتے ہیں اور اُنھیں تحریر میں لاتے ہیں ۔ خبررساں اداروں کے نامہ‌نگار اُصولاً اس امر کے مجاز نہیں کہ وہ اپنی رائے یا تاثرات کا اظہار کریں لیکن اخباری نامہ‌نگار کسی حد تک اپنی رائے یا تاثرات بھی شامل کر سکتے ہیں ۔

خبروں کے ماخذ

اب ہم خبروں کے ماخذ کی طرف آتے ہیں تاکہ یہ معلوم ہو کہ نامہ‌نگار کن کن ذرائع کو کھنگال کر خبریں فراہم کرتا ہے ۔ اس سلسلے میں ہم پہلے یہ بتائیں گے کہ ایک ایسے چھوٹے اخبار کے ایسے نامہ‌نگار کے ذرائع کون سے ہوتے ہیں جو اپنے اخبار کا واحد مقامی نامہ‌نگار ہے ۔ وہ اپنے کام کو دو حصوں میں بانٹتا ہے :

اول : بعض مقامات کا روزانہ دورہ : اِسے انگریزی زبان میں نامہ‌نگار کی Regular Beat کہتے ہیں ۔

دوم : ایسے ذرائع کا استعمال ، جہاں سے کبھی کبھی خبریں ملتی ہیں یا ایسے اشارات مل جاتے ہیں جن سے فائدہ اُٹھا کر خبروں کا کھوج نکالا جا سکتا ہے ۔

اب ہم پہلے خبروں کے مستقل ذرائع کا ذکر کریں گے :

پولیس : جرائم کی خبریں پولیس کے افسروں سے حاصل ہوتی ہیں لیکن یہ افسر مختلف تھانوں میں ہوتے ہیں ۔ اگرچہ پولیس کے صدر دفاتر سے بھی خبریں حاصل ہو سکتی ہیں لیکن اس میں قباحت یہ ہے کہ وہاں خبریں دیر سے پہنچتی ہیں اور باسی ہو جاتی ہیں ۔ اس لیے طریقہ یہی ہے کہ تمام تھانوں کا دورہ کیا جائے اور اگر یہ ممکن نہ ہو تو کچھ تھانوں میں

خود پہنچا جائے اور کچھ سے ٹیلی فون پر معلومات حاصل کر لی جائیں۔ اگر ٹیلی‌فون پر کسی اہم کیس کی خبر ملے تو صرف اسی پر انحصار نہیں کرنا چاہئیے کیونکہ زبانی حاصل کی ہوئی خبر میں غلطی کا احتمال ہوتا ہے۔ ایسے میں متعلقہ تھانے ہی پہنچ کر فرسٹ انفارمیشن رپورٹ خود دیکھ کر معلومات نوٹ کر لینی چاہئیں۔ اگر ضروری ہو تو اُس جگہ بھی پہنچاجائے جہاں واردات ہوئی ہو۔ جو معلومات وہاں سے حاصل ہوں اُن کی صحت کے بارے میں اچھی طرح چھان بین کر لی جائے۔ رپورٹ لکھتے وقت یہ یاد رکھیں کہ جب تک عدالت میں کسی کا جرم ثابت نہ ہوجائے قانون کی نظر میں وہ شخص معصوم ہے، اس لیے مجرم نہ لکھیے، ''ملزم'' لکھیے۔ کسی کو قاتل یا چور یا ڈاکو نہ لکھیے **مبینہ** قاتل، **مبینہ** چور اور **مبینہ** ڈاکو لکھیے۔ یہ نہ لکھیے کہ فلاں شخص نے سیندھ لگائی اور چوری کی۔ بلکہ یہ لکھیے کہ **بیان کیا جاتا ھے** کہ فلاں شخص نے سیندھ لگائی یا چوری کی۔ اگر ملزم نے پولیس کے سامنے بیان دیتے ہوئے کہا ہو کہ اُس نے جرم کا ارتکاب نہیں کیا تو اس بیان کو بھی خبر میں شامل کر لیا جائے۔ معمولی جرائم کی خبریں چھاپنا اول تو ضروری ہی نہیں لیکن اگر اُنھیں دینا ہی ہے تو انتہائی اختصار سے دے دیا جائے۔ بڑے جرائم کی خبریں بعض اخبارتفصیل سے دیتے ہیں بعض اختصار سے دیتے ہیں، اُس کا انحصار اخبار کی پالیسی اورا شاعت پرہوتا ہے۔کثیرالاشاعت اور عوام پسند اخبار اُنھیں تفصیل سے چھاپتے ہیں اور ایسی خبریں ڈرامائی انداز میں دیتے ہیں بلکہ بعض اوقات اُنھیں ''فیچر'' بنا کر پیش کرتے ہیں۔ اس میں کوئی قباحت نہیں لیکن مبالغے سے گریز کیا جائے اور اس میں الفاظ کے جادو سے زیادہ سنسنی‌خیزی‌پیدا کرنے کی کوشش نہ کی جائے۔

جب کوئی بڑی خبر ملے تو اس کی جزئیات کی تصدیق کے لیے بڑے افسروں سے ملنا سود مند رہتا ہے بلکہ بعض اوقات مزید معلومات حاصل ہو جاتی ہیں۔ جرائم کی خبریں صرف تھانوں ہی سے حاصل نہیں ہوتیں ان کے اور بھی مآخذ ہیں۔ مثلاً انفورسمنٹ سٹاف، شعبۂ انسداد رشوت ستانی اور سی آئی اے۔ ان مآخذ سے اگر مناسب انداز سے رجوع

کیا جائے تو بعض اوقات بہت بڑی خبریں بھی مل جاتی ہیں ۔

جرائم کے رپورٹر کی کامیابی کا دار و مدار اس بات پر بھی ہوتا ہے کہ پولیس کے افسروں سے اُس کے مراسم کیسے ہیں ؟ اور مراسم کا انحصار اس بات پر ہوتا ہے کہ پولیس اور اخبار نویس کے درمیان کتنا تعاون موجود ہے ۔ پولیس کا مفاد یہ ہوتا ہے کہ ایسی معلومات کی اشاعت سے گریز کیا جائے جن سے تفتیش کے راستے میں رکاوٹ پڑ جاتی ہے ۔ اور اخبار نویس کا مفاد یہ ہوتا ہے کہ اُسے زیادہ سے زیادہ معلومات تک رسائی حاصل ہو ۔ ان دونوں کے مفادات میں توازن اور ہم آہنگی پیدا کرنا کوئی مشکل کام نہیں ۔ ہمارے ہاں یہ ہم آہنگی انفرادی بنیاد پر پیدا کر لی جاتی ہے ۔ لیکن ترقی یافتہ ممالک میں پولیس اور صحافتی جماعتوں کے درمیان مذاکروں میں ایسی تجاویز مرتب کر لی جاتی ہیں جن پر دونوں فریق عمل کرتے ہیں اور اس طرح ان میں اجتماعی بنیاد پر ہم آہنگی پیدا ہو جاتی ہے ۔

عدالتیں : جرائم کی رپورٹنگ کا دوسرا بڑا ذریعہ عدالتیں ہیں ۔ ان میں عام ضلعی عدالتوں سے لے کر سپریم کورٹ تک شامل ہیں ۔ جہاں تک ضلعی عدالتوں کا تعلق ہے ان کے زیر سماعت مقدموں اور فیصلوں کی رپورٹنگ کا کام جونئیر رپورٹروں کو دیا جاتا ہے لیکن ہائی کورٹ اور سپریم کورٹ کا کام ہمیشہ زیادہ تجربہ کار اخبار نویسوں کو سونپا جاتا ہے ۔ عدالتی رپورٹنگ کو دو حصوں میں تقسیم کیا جا سکتا ہے ۔

اول : زیر سماعت مقدمات کی روداد ۔

دوم : اہم فیصلوں کی خبریں ۔

اس قسم کے کام میں سب سے پہلے یہ ضروری ہے کہ نامہ نگار کو عدالتی طریق کار سے واقفیت ہو ۔ اور قانون کی بھی کچھ سمجھ بوجھ ہو ۔ کیونکہ اس کے بغیر نامہ نگاری ناممکن ہے ۔ عدالتوں میں بے شمار مقدمات زیر سماعت رہتے ہیں ۔ ان میں غالب اکثریت ایسے مقدموں کی ہوتی ہے جن سے کسی کو دلچسپی نہیں ہوتی ۔ اس لیے ان کی رپورٹنگ نہیں کی جاتی ۔ چند مقدمے ایسے ہوتے ہیں جن سے عوام کو دلچسپی

ہوتی ہے یا جن میں قانون کا کوئی اہم نقطہ زیر بحث ہوتا ہے۔ نامہ نگار اس قسم کے مقدمات کی روداد قلمبند کرتا ہے لیکن یہ بڑی احتیاط سے کرنے والا کام ہے۔ اس میں اگر کوئی ذرا سی ٹھوکر کھا جائے تو قانوناً توہینِ عدالت کے ماتحت سزا کا مستحق ہو جاتا ہے۔ (اس قانون کے بارے میں ''قوانین صحافت'' کا باب ملاحظہ ہو) ۔ نامہ نگار کا فرض ہے کہ تصویر کے جو جو رخ عدالت کے سامنے آئیں اُنھیں پیش کرتا چلا جائے۔ یہ نہ ہو کہ ایک رخ کی رپورٹنگ مفصل ہو اور دوسرا رخ یا تو نظر انداز ہو جائے یا اُس پر کم توجہ دی جائے۔ ملزم یا کسی فریق کے بارے میں کوئی ایسی بات نہ لکھی جائے جس سے اُس کے کیس پر اچھا یا برا اثر پڑنے کا اندیشہ ہو۔ اس قسم کی خبروں میں صحت معلومات کا خیال رکھنے کی زیادہ سے زیادہ کوشش کی جائے۔

عدالتی خبروں میں زیادہ تر مقدمات کے فیصلے دیے جاتے ہیں۔ بعض جرائم کے سلسلے میں یہی کافی ہوتا ہے کہ مجرم کا نام، جرم کی نوعیت اور سزا کا اعلان کر دیا جائے۔ بعض اوقات جرم کی کچھ تفصیل دینی ضروری ہوتی ہے اور ایسے مواقع بھی آتے ہیں جب فیصلے کے اہم اقتباسات یا مکمل متن دیا جاتا ہے۔ فیصلے کی نقل متعلقہ عدالت سے حاصل کی جاتی ہے۔

رپورٹر کے لیے یہ تو ممکن نہیں کہ وہ بیک وقت مختلف عدالتوں میں موجود رہے، اس لیے عام طریقہ یہ ہے کہ وہ ضلعی عدالتوں کے بعض مجسٹریٹوں یا اُن کے ریڈروں سے اچھے تعلقات استوار کرتا ہے اور اس طرح ضلع کچہری کی مختلف عدالتوں کا ایک مختصر چکر کاٹ کر اہم فیصلوں کے بارے میں معلومات فراہم کر لیتا ہے۔ بڑی عدالتوں میں زیر سماعت اہم مقدموں کے بارے میں وکلا سے بھی مدد مل جاتی ہے۔

مردہ خانہ : ہر بڑے شہر کے سب سے بڑے ہسپتال میں ایک مردہ خانہ یا Mortuary ہوتی ہے جہاں مُردوں کا پوسٹ مارٹم ہوتا ہے۔ ان میں مقتولین، حادثے میں مارے جانے والے، خود کشی کرنے والے اور زہر خورانی کے شکار افراد کی نعشیں لائی جاتی ہیں۔ ایسے

لوگوں کی نعشیں بھی یہیں لائی جاتی ہیں جن کے بارے میں شبہہ ہو کہ وہ قدرتی موت نہیں مرے - رپورٹر کے دن بھر کے دورے میں یہ جگہ بھی شامل ہوتی ہے - یہاں سے مکمل خبر نہیں ملتی ، صرف خبر کا پتہ ملتا ہے اور پھر متعلقہ تھانے اور لواحقین سے مزید تفصیلات حاصل کر لی جاتی ہیں -

فائر سٹیشن : ہر شہر میں آگ بجھانے والے انجنوں کا ایک یا ایک سے زیادہ مرکز موجود ہوتے ہیں - رپورٹر اپنے باقاعدہ دورے میں یہاں بھی پہنچتا ہے - یہاں سے آتش زدگی کی وارداتوں کا پتہ مل جاتا ہے اور پھر متعلقہ مقام پر پہنچ کر تفصیلات حاصل کر لی جاتی ہیں - اگر فائر سٹیشن کے انچارج سے مناسب رابطہ استوار ہو تو وہ خود بھی ٹیلی فون پر ایسی اطلاعات فراہم کر دیتا ہے - آتش زدگی کی واردات کے بارے میں ان معلومات کا حصول ضروری ہے : آتش زدگی کا سبب ، عمارت بیمہ شدہ تھی یا نہیں ، نقصان کا اندازہ اور جانی نقصان - ظاہر ہے یہ معلومات جائے واردات ہی سے حاصل ہو سکتی ہیں -

ہسپتال : جن حادثوں میں کچھ لوگ زخمی ہوئے ہوں اُن کے بارے میں بڑے ہسپتالوں سے خبریں مل جاتی ہیں - اسی طرح دنگے فساد ، چاقو زنی کی وارداتوں ، دو گروہوں کے درمیان مسلح تصادم ، مظاہروں پر پولیس کے لاٹھی چارج یا گولی چلانے کی وارداتوں میں زخمی ہونے والوں کے متعلق صحیح معلومات کا منبع ہسپتال ہی ہوتے ہیں - بہر حال یہ ہر حال میں ضروری ہے کہ پولیس کے حکام سے صورت حال دریافت کی جائے - نیز جائے واردات پر پہنچ کر مزید معلومات لے لی جائیں -

پی - آئی - اے : پاکستان انٹر نیشنل ایر لائنز کے مرکزی دفاتر سے بذریعہ ٹیلی فون شخصیتوں کی آمد و رفت کے بارے میں معلومات حاصل کی جاتی ہیں - بین‌الاقوامی ائر پورٹ ہو تو دوسری متعلقہ ہوائی کمپنیوں سے بھی رجوع ضروری ہے - اسی طرح جہاز ران کمپنیوں سے یہ معلوم کیا جاتا ہے کہ سمندری جہاز کے ذریعے کون کون سی شخصیتیں شہر میں آئیں -

بڑے ہوٹل : رپورٹر اگر بڑے ہوٹلوں سے رابطہ قائم رکھے تو اُسے ایسی ملکی اور غیر ملکی شخصیتوں کی آمد کے بارے میں اطلاع ملتی رہتی ہیں جن سے انٹرویو کیا جا سکتا ہے - کبھی کبھی اس ذریعے سے بہت دل چسپ خبریں مل جاتی ہیں -

حکومت کا محکمۂ تعلقاتِ عامہ : حکومت کا محکمۂ تعلقاتِ عامہ ایک تو سرکاری اور غیر سرکاری پریس نوٹ براہ راست ہر اخبار کے دفتر میں بھیج دیتا ہے - دوسرے اخبار نویسوں کو بعض تقریبات میں لے جانے کا بندوبست کرتا ہے اور اس کے لیے بھی دعوت نامے دفاتر ہی میں بھیج دیتا ہے ، لیکن اس کے باوجود محکمے کے دفتر میں جانا مفید رہتا ہے - کبھی کسی خبر کی زیادہ تفصیل مل جاتی ہے کبھی کوئی Exclusive خبر مل جاتی ہے ، یعنی ایسی خبر جسے رپورٹر بلا شرکت غیرے استعمال کر سکے - یوں بھی ہوتا ہے کہ کسی ایسی خبر کا اشارہ مل جاتا ہے اور رپورٹر اشارہ پا کر مطلوبہ ذریعے سے خبر حاصل کر لیتا ہے - ہر محکمۂ تعلقات عامہ رپورٹروں کو کچھ ایسی سہولتیں بھی مہیا کرتا ہے جن سے اُن کا کام آسان ہو جاتا ہے - مثلاً حوالے کی لائبریری سے پس منظر کے لیے مواد حاصل کیا جا سکتا ہے - کسی حوالے کے لیے پرانے فائل دیکھے جا سکتے ہیں - پھر بیٹھنے کا انتظام بھی ہوتا ہے - ٹیلی فون اور ٹائپ رائٹر کی آسانیاں بھی فراہم ہوتی ہیں - تعلقات عامہ کے افسروں سے اچھے تعلقات قائم کرنے سے رپورٹروں کو بہت فائدہ ہوتا ہے لیکن اس کا انحصار اس امر پر ہوتا ہے کہ رپورٹر بھی ان افسروں کے لیے مفید ثابت ہوں -

کارپوریشن : کارپوریشن یا بلدیہ بھی خبروں کا ایک اچھا منبع ہے - صرف ان کے اجلاس کی کارروائی ہی کے لیے نہیں کیونکہ وہ تو سب رپورٹروں کی دسترس میں ہوتی ہے بلکہ خاص خبروں کا بھی اچھا ذریعہ ہے - اس کے لیے چیئرمین ، وائس چیئرمین ، سیکریٹری اور دوسرے حکام سے رابطہ قائم رکھا جاتا ہے - بعض بڑے بلدیاتی اداروں میں تعلقات عامہ کا شعبہ بھی موجود ہوتا ہے - اس سے بھی فائدہ اٹھایا

جا سکتا ہے ۔ کارپوریشن والوں سے وقتاً فوقتاً معلوم کیا جا سکتا ہے کہ شکایتوں کے ازالے کے لیے کیا کچھ کیا جا رہا ہے اور عوام کی بہبود کے لیے کس قسم کے منصوبے تیار کیے جا رہے ہیں ۔

یونیورسٹی : یونیورسٹی علمی ، تہذیبی اور تحقیقی مرکز کی حیثیت سے خبروں کا ایک اہم ذریعہ ہے ۔ وائس چانسلر ، افسر تعلقاتِ عامہ ، رجسٹرار اور دوسرے حکام سے بہت سی معلومات اخذ کی جا سکتی ہیں ۔ سنڈیکیٹ کے اہم فیصلے خبروں کا موضوع بن سکتے ہیں ۔ علوم عمرانی اور سائنسی موضوعات سے تعلق رکھنے والے تحقیقی مراکز میں کئی ایسے کام ہوتے رہتے ہیں ۔ جو دل چسپ خبروں کے روپ میں پیش کیے جا سکتے ہیں ۔ اس کے علاوہ یونیورسٹی کے مختلف اداروں اور شعبوں کے اہتمام میں علمی اور ثقافتی تقریبات ہوتی رہتی ہیں ، انھیں بھی رپورٹ کیا جا سکتا ہے ۔

ثقافتی تقریبات : بڑے شہروں میں ثقافتی تقریبات اور عام جلسوں کا کوئی انت نہیں ہوتا ۔ بعض میں شرکت کی دعوت دفتر پہنچ جاتی ہے لیکن ایسے جلسے بھی ہوتے ہیں جن میں شرکت کی دعوت نہیں آتی ۔ لیکن اس کا مطلب یہ نہیں کہ ان جلسوں کو رپورٹ نہ کیا جائے ۔ ہر اچھا رپورٹر صبح کے وقت تمام مقامی اخبارات کا مطالعہ کرتا ہے اور ایسی تمام تقریبات کے اوقات نوٹ کر لیتا ہے ۔ بڑے اخباروں میں زیادہ رپورٹر ہوتے ہیں ، اس لیے ایک رپورٹر کو ایک آدھ تقریب ہی میں شرکت کرنی ہوتی ہے ۔ ان تقریبوں میں رپورٹر خواہ بلایا ہؤا مہمان ہو یا بِن بلایا مہمان ، اُس کا ہمیشہ خیر مقدم کیا جاتا ہے ، اور اُسے اچھی نشست دی جاتی ہے ۔ اُس کا فرض ہے کہ سارے پروگرام کا خود مشاہدہ کرے اور اہم نکات قلمبند کرتا چلا جائے ۔ ان جلسوں کے سلسلے میں اُسے یہ معلومات خاص طور پر حاصل کرنی چاہییں ۔ اس مجلس کا نام ، جس کے اہتمام میں جلسہ ہؤا ہو ، صدر کا نام ، اہم تقریروں کے ضروری نکات ، خطبۂ صدارت کا ملخص ، بڑا جلسہ ہو تو ، حاضرین کی تعداد کا اندازہ ۔ جو جلسے کسی ہال میں ہوں اُن کے حاضرین کی تعداد کا اندازہ آسانی سے ہو سکتا ہے لیکن کھلی فضا میں ہونے والے پبلک جلسوں

کی حاضری معلوم کرنے میں کچھ دقت پڑتی ہے کیونکہ لوگ صف بستہ نہیں ہوتے - تجربہ کار صحافی مجمع دیکھ کر ہی حاضری کا اندازہ لگا لیتے ہیں اور نو آموزوں کے لیے طریقہ یہ ہے کہ وہ پہلے ایک صف کے حاضرین کو گن لیں - پھر چوڑائی کی جانب کی صف میں بیٹھے ہوئے لوگوں کو شمار کر لیں - ان دونوں کو ضرب دیں اور احتیاطاً حاصل ضرب میں چند سو کا اضافہ کر دیں - یا اپنے کسی تجربہ کار صحافی دوست سے پوچھ لیں کہ اُس کا اندازہ کتنا ہے -

پریس کانفرنس : پریس کانفرنس رپورٹروں کے اُس اجتماع کو کہتے ہیں جو کوئی شخصیت یا ادارہ اس غرض سے طلب کرتا ہے کہ کسی اہم مسئلے پر اپنی رائے یا ادارے کی کارگزاری پیش کر سکے - کسی زمانے میں بہت کم پریس کانفرنسیں ہوتی تھیں لیکن آج کل ایسی کانفرنسوں کا رواج بہت ہے - گورنر ، وزراء ، اہم اداروں کے سربراہ ، سیاسی اور غیر سیاسی رہنما اور ہر قسم کے ادارے کانفرنسیں بلاتے رہتے ہیں - ان میں شرکت کے دعوت نامے دفتر پہنچ جاتے ہیں اور ان دعوت ناموں سے موضوع کا اندازہ کیا جا سکتا ہے - بہتر یہی ہے کہ متعلقہ رپورٹر اس موضوع کے بارے میں کچھ معلومات پہلے حاصل کر لے تاکہ وہ پریس کانفرنس سے زیادہ فائدہ اُٹھا سکے - پریس کانفرنسوں میں دو طرح سے کوئی شخصیت مخاطب ہوتی ہے - یا تو زبانی خطاب ہوتا ہے یا ایک تحریری بیان کی نقلیں تقسیم ہو جاتی ہیں اور اُس کے بعد اُسے پڑھا جاتا ہے - زبانی خطاب کی صورت میں نوٹ لینے ہوتے ہیں - اس بات کا انحصار شخصیت اور موضوع اور اخبار کی پالیسی پر ہوتا ہے کہ نوٹ مفصل لیے جائیں یا مختصر طور پر - تحریری بیان ، جسے ''ہینڈ اوٹ'' (Hand-out) بھی کہتے ہیں اس مرحلے کو آسان بنا دیتا ہے - بہر حال جب ہینڈ آؤٹ پڑھا جائے تو اُسے ہر حال میں غور سے سنا جائے - کیونکہ بعض شخصیتیں تحریری مسودے سے ہٹ کر بھی کچھ باتیں کہہ دیتی ہیں اور وہ خبری اہمیت کی حامل ہوتی ہیں - اس دوران میں وضاحت طلب امور پر نشان لگاتے جائیے تاکہ جب بیان پڑھا جا چکے

اور شخصیت دعوت دے کہ رپورٹر حضرات سوال پوچھیں تو آپ کے سوال تیار ہوں۔ سوال پوچھنے کے سلسلے میں یہ احتیاط لازمی ہے کہ درشتی کے ساتھ کوئی سوال نہ پوچھا جائے۔ اور صرف سوال پوچھا جائے، تقریر نہ کی جائے۔ جو جواب ملے وہ نوٹ کر لیا جائے اور اصرار نہ کیا جائے کہ جواب آپ کی مرضی کا ہو۔ اگر کوئی شخصیت کسی سوال کے جواب میں خاموش رہے تو آپ کو یہ اختیار نہیں کہ جواب کے لیے اصرار کریں البتہ آپ اپنی رپورٹ میں یہ لکھ سکتے ہیں کہ اس سوال کا جواب نہیں دیا گیا۔ جب کانفرنس منتشر ہو تو اس کے بعد بھی رپورٹر چاہے تو اس شخصیت سے ایک آدھ سوال غیر رسمی طور پر پوچھ سکتا ہے۔ نو آموز رپورٹروں کے لیے پریس کانفرنس میں وقت سے دس منٹ پہلے پہنچنا مفید رہتا ہے تاکہ اگر ہینڈ آؤٹ تیار ہو تو اس پر ایک سرسری نظر ڈال لیں۔ اس سے موضوع کو سمجھنے میں مدد ملتی ہے۔

اخبارات کا مطالعہ: ہم پہلے لکھ چکے ہیں کہ اخبارات کا مطالعہ اس لحاظ سے مفید رہتا ہے کہ اس سے آنے والی تقریبات کا علم ہوتا رہتا ہے لیکن اس سے کچھ اور فوائد بھی ہوتے ہیں۔ رپورٹر سب سے پہلے تمام مقامی اخبارات میں دی ہوئی مقامی خبریں پڑھے۔ پھر اپنے اخبار کی مقامی خبریں دیکھے۔ اُسے معلوم ہو گا کہ اُس نے کون کون سی خبر کھو دی۔ پھر قومی اخبارات میں اپنے شہر میں مقیم نامہ نگاروں کی خبریں دیکھے تاکہ معلوم ہو کہ اُنھوں نے کون کون سی ایسی خبریں دیں جو اُس کے اپنے اخبار میں شائع نہیں ہوئیں۔ اگر اُس سے معمولی خبریں نظر انداز ہوئی ہیں تو اس پر مشوش ہونے کی ضرورت نہیں۔ لیکن اگر کوئی بڑی خبر نظر انداز ہو گئی تو یہ واقعی تشویش کی بات ہے۔ اس کا فوری مداوا تو یہ ہو گا کہ رپورٹر اس خبر کی مزید تفصیلات حاصل کرے اور اس طرح اُس خبر کو نیا رنگ دے کر اور نئی تفصیلات سے پیش کر دے۔ اس کے بعد رپورٹر سوچے کہ اُس سے یہ خبر کیسے نظر انداز ہو گئی۔ اُسے یا تو یہ معلوم ہو گا کہ وہ سستی کی بنا پر کسی خاص ذریعے تک پہنچ نہیں سکا یا یہ معلوم ہو گا

کہ یہ ایک نئے ذریعے سے آئی ہے - اول الذکر صورت میں اُسے آئندہ سے زیادہ چوکنا رہنے کا فیصلہ کرنا ہو گا اور مؤخرالذکر صورت میں نیا ذریعہ معلوم کرکے اُس سے رابطہ بنانا پڑے گا تا کہ آئندہ اس ذریعے کی کوئی خبر نظر انداز نہ ہو - دوسرے اخبارات کی مقامی خبروں کے مطالعہ سے یہ بھی اندازہ ہو گا کہ اُس کی اپنی تحریر کی ہوئی خبروں میں کیا کمی رہ گئی اور آئندہ سے اس کمی کو کیسے دور کیا جا سکتا ہے - مقامی خبروں کے مطالعے سے تیسرا بڑا فائدہ یہ ہوتا ہے کہ کچھ ایسے اشارے مل جاتے ہیں جن سے فائدہ اٹھا کر مزید خبریں حاصل کی جا سکتی ہیں -

مقامی ڈاک: بہت سی تقریبات کی خبریں دفتر میں براہ راست پہنچ جاتی ہیں - بعض اوقات لوگ دوسری دل چسپ خبریں بھی دے جاتے ہیں - پہلی قسم کی خبروں کو مناسب قطع و برید کے بعد یا دوبارہ لکھ کر پیش کیا جا سکتا ہے - دوسری قسم کی خبروں کی ضروری تصدیق کرکے انھیں استعمال کیا جا سکتا ہے - یوں بھی ہوتا ہے کہ خبر رساں ایجنسی کی طرف سے آنے والی کوئی خبر مزید تفصیلات کی محتاج ہوتی ہے - انھیں حاصل کرکے اُس خبر کو زیادہ دل چسپ بنایا جا سکتا ہے -

متفرق: برطانوی صحافی مینز فیلڈ (Mansfield) لکھتا ہے: "مختصر، لیکن دل چسپ خبروں کی فراہمی ایک فن لطیف سے کم نہیں - روزمرہ زندگی میں آپ کئی لوگوں سے گفتگو یا تبادلۂ خیالات کرتے ہیں - اکثر ان میں ایسے دل چسپ اشارے ملتے ہیں جو خبر کا موضوع بن جاتے ہیں - آپ حجامت بنوا رہے ہوں یا ٹرین میں سفر کر رہے ہوں یا بس میں بیٹھے ہوں یا کسی قہوہ خانے میں کسی سے گپ لڑا رہے ہوں، کبھی کبھی کوئی چھوٹا بڑا نکتہ مل جاتا ہے جس کا کھوج نکالا جائے تو اچھی خاصی خبر بن جاتی ہے" - اس کا مطلب یہ نہیں کہ سنی سنائی باتیں خبر کے روپ میں پیش کر دی جائیں - لیکن یہ مطلب ضرور ہے کہ سنی سنائی باتوں میں ایسے اشارے مل جاتے ہیں کہ آپ متعلقہ ذریعوں سے رابطہ پیدا کرکے خبر کا کھوج نکال لیں -

خلاصہ

خبر رساں ادارے سب اخباروں کو ایک جیسی خبریں مہیا کرتے ہیں اور اخبارات انفرادیت پیدا کرنے اور اپنے مخصوص قارئین کی توجہ قائم رکھنے کے لیے خاص خبریں حاصل کرنے کی غرض سے خصوصی نامہ نگار مقرر کرتے ہیں۔

خبروں کے ماخذ یہ ہوتے ہیں: پولیس، عدالتیں، مردہ خانے، فائر سٹیشن، ہسپتال، پی آئی اے، بڑے ہوٹل، محکمۂ تعلقاتِ عامہ، کارپوریشن، یونیورسٹی، ثقافتی تقریبات، عام جلسے، پریس کانفرنسیں، اخبارات کا مطالعہ، مقامی ڈاک اور روزمرہ زندگی میں تبادلۂ خیالات اور مشاہدات۔ یہ ماخذ وہ ہیں جو عام غیر سیاسی مقامی خبریں حاصل کرنے کے لیے استعمال میں آتے ہیں۔

جرائم کی خبروں میں اس بات کا خاص خیال رکھا جاتا ہے کہ ''ملزم'' کو ''مجرم'' نہ بنایا جائے اور زیر سماعت مقدمات کی روداد میں تصویر کا ایک ہی رخ پیش نہ کیا جائے اور قانونِ توہینِ عدالت کو نظرانداز نہ کیا جائے۔ خبر کے حصول کے لیے ٹیلی فون سے مدد تو لی جائے لیکن اس پر مکمل انحصار نہ کیا جائے۔ ثقافتی تقریبوں اور جلسوں میں جانے کے لیے رسمی دعوت ناموں کا انتظار غیر ضروری ہے۔ پریس کانفرنسوں میں سوالات کا مقصد تقریر کرنا نہیں ہوتا، صرف وضاحت طلب امور کی تشریح کے لیے سوال پوچھے جاتے ہیں۔

رپورٹر کے لیے چوکس رہنا بہت ضروری ہے۔

سوالات

۱۔ اخبار رپورٹر کیوں مقرر کرتے ہیں؟

۲۔ خبررساں اداروں کی رپورٹنگ اور اخباری رپورٹنگ میں کیا فرق ہے؟

۳- جرائم کی خبریں کن ذرائع سے حاصل ہوتی ہیں ؟
۴- جرائم کی خبروں میں کون کون سی احتیاط ضروری ہے ؟
۵- خبروں کے مآخذ کی حیثیت سے تعلقاتِ عامہ کے سرکاری محکموں کے کردار پر روشنی ڈالیے -
۶- پریس کانفرنسوں میں شرکت کے آداب بیان کیجیے -
۷- عام جلسوں میں حاضرین کی تعداد کا اندازہ کیسے کیا جاتا ہے ؟
۸- اخبارات کا مطالعہ رپورٹنگ میں کیسے مددگار ثابت ہوتا ہے ؟

سیاسی وقائع نگاری

سیاسی وقائع نگاری بہت مہارت چاہتی ہے ، اس لیے اس کام پر ایسے صحافی مقرر کیے جاتے ہیں جو تجربہ کار ہوں ، جہاں‌دیدہ اور گرم و سرد چشیدہ ہوں ، چوکس ہوں ، سیاسیات کے نشیب و فراز سے آگاہ ہوں ، سیاسی رہنماؤں اور سیاست کاروں کے داؤ پیچ سے واقفیت رکھتے ہوں ، بڑے سے بڑے اور چھوٹے سے چھوٹے آدمی سے راہ و رسم پیدا کرنے اور تعلقات قائم رکھنے پر قادر ہوں اور اُنھیں اخباری زبان کی اُن تمام باریکیوں پر عبور حاصل ہو جن سے سیاسی وقائع نگاری عبارت ہے - اخباری دنیا میں یہی وہ کام ہے جس کے دوران بڑے بڑے راز ہائے سربستہ معلوم ہوتے ہیں لیکن کبھی کبھی مصالح کا تقاضا یہ ہوتا ہے کہ راز کھلنے نہ پائیں - یہی وہ میدان ہے جہاں ذریعۂ معلومات کا افشا اخبار نویس کے لیے سم قاتل کی حیثیت رکھتا ہے - مختلف الخیال سیاسی رہنماؤں اور سیاسی جماعتوں اور دھڑوں سے رابطے میں ایک ایسا توازن پیدا کرنا ہوتا ہے جس سے اخبار نویس سب کا اعتماد حاصل کرنے میں کامیاب رہتا ہے - خبر سونگھنے کی جتنی اہلیت وقائع نگاری کی اس صنف میں درکار ہے صحافت کی کسی اور شاخ میں اس کی نظیر نہیں ملتی - پھر یہ اہلیت بھی ضروری ہے کہ سیاسی وقائع نگار بظاہر ایک دوسرے سے لاتعلق معلومات میں رشتہ پیدا کر کے اُن سے نتائج اخذ کرے اور یہ عمل تیزی سے ہو - ان تمام امور کا تقاضا ہے کہ سیاسی وقائع نگار اپنے ملک کی سیاست کے ماضی اور حال سے بخوبی آشنا ہو ، اُس کی اپنی شخصیت پرکشش ہو ، فن گفتگو کا ماہر ہو ، حفظ مراتب کی اداؤں سے واقف ہو - واقعات و رحجانات کی ترجمانی اور تاویل میں دسترس رکھتا ہو ، مصالح شناس ہو ، جری ہو ، اس میں صبر کا مادہ بدرجۂ اتم موجود ہو اور اسے اپنے اعصاب پر پورا قابو ہو -

سیاسی وقائع نگاری کا دائرہ بے حد وسیع ہے ۔ اس میں کئی شعبے شامل ہیں ۔ اعلیٰ پایے کے اخبار ہر شعبے کے لیے الگ وقائع نگار مقرر کرتے ہیں ۔ ایسا وقائع نگار ، جسے اُس شعبے میں تخصص حاصل ہو ۔ ایسے اخبار بھی ہوتے ہیں جو محدود مالی ذرائع کی بنا پر زیادہ تر شعبوں کی وقائع نگاری ایک ہی اخبار نویس میں مرتکز کر دیتے ہیں ۔ بہر حال ہم ان سب شعبوں کا الگ الگ ذکر کریں گے ، مثلاً

۱ ۔ پارلیمانی نامہ نگار Parliamentary Correspondent

۲ ۔ پارلیمانی خاکہ نگار Parliamentary Sketch Writer

۳ ۔ لابی نامہ نگار Lobby Correspondent

۴ ۔ سیاسی نامہ نگار Political Correspondent

۵ ۔ سفارتی نامہ نگار Diplomatic Correspondent

۶ ۔ غیر ملکی نامہ نگار Foreign Correspondent

پارلیمانی نامہ نگار

پارلیمانی نامہ نگار اُس اخبار نویس کو کہتے ہیں جو پارلیمنٹ یا اسمبلی یا کسی بھی قانون ساز ادارے کی کارروائی رپورٹ کرتا ہے ۔ یہ کام بظاہر سیدھا سادا رپورٹنگ کا کام ہے لیکن اس کے لیے عام طور پر تجربہ کار اخبار نویس مقرر کیے جاتے ہیں کیونکہ اس میں خصوصی مہارت درکار ہوتی ہے ۔ یہ درست ہے کہ کہنہ مشق پارلیمانی نامہ نگاروں کے لیے اس میں کوئی خاص مشکل نہیں لیکن اگر کوئی نو آموز اخبار نویس اس پر مامور کیا جائے تو اُسے خاص تیاری کرنا پڑتی ہے ۔

سب سے پہلا کام تو یہ ہے کہ پارلیمانی طریق کار ، قواعد اور روایات کا مطالعہ کیا جائے تاکہ معلوم ہو کہ قانون سازی کا کام کیسے ہوتا ہے ، ایک قانون کے پیش ہونے سے لے کر اُس کی منظوری اور نفاذ تک کن مراحل سے گزرنا پڑتا ہے ، بحث کے آداب کیا ہوتے ہیں اور پارلیمانی اور غیر پارلیمانی زبان میں کیا فرق ہوتا ہے ۔ پھر پارلیمانی طریق کار کی اصطلاحات کا مطلب سمجھنا ضروری ہے ۔ مثلاً تحریک التوا کا مطلب یہ ہوتا ہے کہ ایک ایسی فوری اور اہم صورت حالات پیدا ہوئی ہے

جس پر بحث کے لیے ایوان کا باقی کام معرضِ التوا میں ڈالنا ضروری ہے۔ اسی قسم کی اور بہت سی اصطلاحات ہوتی ہیں۔ پھر یہ دیکھنا ہوتا ہے کہ بجٹ کس طرح پیش ہوتا ہے اور اس پر بحث کن مراحل سے گزرتی ہے اور مختلف رقوم کس طرح منظور ہوتی ہیں۔ یہاں بھی کچھ اصطلاحات کا مطلب سمجھنا ضروری ہو جاتا ہے۔ مثلاً جب یہ تحریکِ تخفیف پیش ہوتی ہے کہ بجٹ کی فلاں مد کے لیے جو رقم تجویز کی گئی ہے اُس میں ایک روپے کی کمی کر دی جائے تو ظاہر ہے اس سے مراد یہ نہیں ہوتی کیونکہ اس سے کوئی نتیجہ برآمد نہیں ہوتا۔ مقصود یہ ہوتا ہے کہ جس مقصد یا محکمے کے لیے رقم تجویز کی گئی ہے اُس کی کارکردگی پر بحث کی گنجائش پیدا ہو جائے۔ ایسی تمام معلومات عام طور پر نو آموز صحافی اپنے سینئر رپورٹروں سے حاصل کرتے ہیں لیکن بہتر یہی ہے کہ وہ اس موضوع پر کوئی کتاب پڑھ لیں۔

دوسرا بڑا مسئلہ چہرہ شناسی کا ہے۔ جب کوئی ممبر تقریر کے لیے کھڑا ہوتا ہے تو نہ سپیکر (صدر اسمبلی) اُس کا نام لیتا ہے نہ وہ ممبر خود اپنا نام بتاتا ہے، اس لیے ضروری ہے کہ نو آموز نامہ نگار کے ذہن میں چہرے اور نام دونوں محفوظ ہوں اور ڈیڑھ دو سو ممبروں کے چہرے اور نام یاد رکھنا آسان کام نہیں۔ ہر اسمبلی کے دفتر سے نشستوں کا ایک نقشہ مل جاتا ہے ہر نشست پر ایک نمبر دیا جاتا ہے اور نقشے کے نیچے نمبروار تمام ممبروں کے نام دیے ہوتے ہیں لیکن اگر اس بات پر انحصار کیا جائے کہ نقشہ موجود ہے، جب کوئی ممبر کھڑا ہوگا تو نقشہ دیکھ کر اُس کا نام معلوم کر لیں گے تو اس میں نہ صرف مایوسی ہوگی بلکہ کام بھی خراب ہوگا۔ فرض کیجیے کہ ایک ممبر تقریر کے لیے کھڑا ہوتا ہے، آپ نقشہ کھول کر اُس کی بھول بھلیاں میں پڑ جاتے ہیں اور اتنے میں وہ کوئی ایسی بات کہ جاتا ہے جسے رپورٹ کرنا ضروری ہے۔ ایسے میں کام کس طرح ممکن ہوگا؟ اس لیے مناسب یہ ہے کہ پہلے چند روز نقشہ پاس رکھ کر اسمبلی کی کارروائی دیکھی جائے۔ جب کم از کم تمام اہم چہروں سے شناسائی ہو جائے تو پھر کام میں ہاتھ

ڈالا جائے۔

اسمبلی کے ایوان کے اندر صرف ارکان، وزرا، سیکریٹری اسمبلی اور سرکاری رپورٹر اور مترجم بیٹھتے ہیں۔ دوسرے کسی شخص کو بیٹھنے کی اجازت نہیں ہوتی۔ ایوان سے کچھ بلند اردگرد گیلریاں بنی ہوتی ہیں جہاں تماشائی بیٹھتے ہیں لیکن گیلری میں بیٹھنے کے لیے پاس کی ضرورت ہوتی ہے۔ ان ہی گیلریوں میں ایک پریس گیلری ہوتی ہے جس میں اخباروں اور خبر رساں اداروں کے نامہ نگار بیٹھتے ہیں۔ پریس گیلری ہو یا کوئی دوسری گیلری، اس کے کچھ آداب ہوتے ہیں۔ مثلاً یہاں تالیاں بجانا نامناسب سمجھا جاتا ہے۔ سگرٹ نوشی نہ ایوان کے اندر ہو سکتی ہے نہ گیلریوں میں، اس لیے جو اخبار نویس زیادہ سگرٹ پیتے ہیں اُن کے لیے پارلیمانی نامہ نگاری ممکن نہیں۔ البتہ اگر سگرٹ نوشی کی عادت معمولی ہو تو گزارہ ہو جاتا ہے کیونکہ پریس گیلری کے ساتھ ایک لاؤنج (Lounge) [آرام گاہ] ملحق ہوتی ہے۔ وہاں بیٹھ کر سگرٹ پیا جا سکتا ہے۔

نو آموز نامہ نگار کو یہ یاد رکھنا چاہیے کہ اسمبلی کی کارروائی وقت مقررہ پر شروع ہوتی ہے اور وقت مقررہ ہی پر ختم ہو جاتی ہے، اس لیے اُس کا تاخیر سے پہنچنا مضر ثابت ہوگا۔ اسمبلی کی کارروائی میں تاخیر صرف اس صورت میں ہوتی ہے جب کورم پورا نہ ہو۔ نامہ نگار کا فرض ہے کہ وہ وقت سے دس پندرہ منٹ پہلے پہنچے۔ پریس گیلری میں اس کی نشست کے سامنے ڈیسک پر کچھ چھپے ہوئے کاغذات موجود ہوں گے۔ نہ موجود ہوں تو دفتر سے حاصل کیے جائیں۔ یہ ایجنڈے کے کاغذات ہوتے ہیں جن سے معلوم ہوتا ہے کہ آج کی کارروائی میں کیا کچھ ہوگا۔ اس کا سرسری نظر سے مطالعہ کر لیا جائے۔ انھیں کاغذات میں اُن سوالات کی فہرست بھی ہوگی جن کا نوٹس ارکان نے پہلے سے دے رکھا ہوگا۔ اسمبلی کی کارروائی کا آغاز سوالات سے ہوتا ہے۔ متعلقہ رکن اُٹھتا ہے اور بجائے سوال کرنے کے، سوال کا نمبر بول دیتا ہے۔ متعلقہ وزیر یا پارلیمانی سیکریٹری اُٹھ کر سوال کے مختلف حصوں کے جواب

اثبات یا نفی میں یا معلومات کی صورت میں دیتا ہے۔ اس کے بعد اُسی رکن کو حق حاصل ہوتا ہے کہ وہ اُسی موضوع سے تعلق رکھنے والے ضمنی سوالات پوچھ لے۔ اگر وزیر یا پارلیمانی سیکریٹری کسی ضمنی سوال کا جواب دینے سے قاصر ہے یا دینا نہیں چاہتا تو خاموش رہتا ہے۔ بعض نامہ نگار چھپے ہوئے سوالات کے ساتھ ساتھ جواب نوٹ کر لیتے ہیں لیکن بہتر یہی ہے کہ سوالات کے کاغذات کے ساتھ چند سادہ کاغذ پن کے ساتھ نتھی کر لیے جائیں اور مفصل جواب اُن پر لکھ لیے جائیں۔

سوالات کے بعد عام کارروائی شروع ہوتی ہے اور تقریروں اور فقرے بازیوں کا ایک لامتناہی سلسلہ شروع ہو جاتا ہے۔ اب نامہ نگار کو یہ مسئلہ درپیش ہوتا ہے کہ نوٹ کس طرح لیے جائیں۔ بعض نامہ نگار بے تحاشا تفصیل کے ساتھ نوٹ لیتے چلے جاتے ہیں اور یہ سوچتے ہیں کہ جب کارروائی لکھنے کا وقت آئے گا تو اس وقت اس میں سے اہم حصے منتخب کر لیں گے۔ یہ طریقہ صحیح نہیں کیونکہ کاغذات کا ایک انبار جمع ہو جاتا ہے جسے دیکھنے میں اول تو زیادہ وقت صرف ہوتا ہے دوسرے بعض اوقات خود اپنے لکھے ہوئے نوٹ پڑھنے مشکل ہو جاتے ہیں۔ بہتر طریقہ یہ ہے کہ تقریریں غور سے سنی جائیں اور اُن کے اہم نکات کے نوٹ پورے فقروں میں لے لیے جائیں اور جہاں ضروری معلوم ہو لفظ بہ لفظ نوٹ بھی لے لیے جائیں۔ بعض لوگ کہتے ہیں کہ پارلیمانی نامہ نگار کو مختصر نویسی آنی چاہیے۔ یہ درست ہے کہ مختصر نویسی سے واقفیت مفید ہے لیکن اگر ایسا نہ ہو تو اس کا مطلب یہ نہیں کہ نامہ نگاری نہیں ہو سکتی۔ دنیا بھر میں آج بھی پارلیمانی نامہ نگاروں کی غالب اکثریت مختصر نویسی سے ناواقف ہے۔

پارلیمانی نامہ نگار کو اچھا سامع بھی ہونا چاہیے۔ اس کا ایک مطلب یہ ہے کہ اُس کی قوت سماعت صحیح ہو تاکہ آہستہ بولنے والوں کی تقریریں بھی سن سکے۔ اور دوسرا مطلب یہ ہے کہ خواہ تقریریں کتنی ہی "بور" کیوں نہ ہوں وہ جم کر سنتا رہے۔ ماہرین نفسیات کا بیان ہے کہ اگر کوئی تقریر اکتا دینے والی اور غیر دل چسپ ہو

تو اُکتاہٹ دور کرنے کا طریقہ یہ ہے کہ سننے والا اُس میں مصنوعی دل چسپی لینا شروع کرے۔ اس طرح رفتہ رفتہ اس میں کچھ حقیقی دل چسپی پیدا ہونے لگتی ہے۔

بعض مقررین تلمیحات استعمال کرتے ہیں، تاریخی واقعات کی طرف اشارہ کرتے ہیں، تشبیہات اور استعارات لے آتے ہیں، اصطلاحات کا ذکر کرتے ہیں، اس لیے یہ ضروری سمجھا جاتا ہے کہ پارلیمانی نامہ نگار کا تہذیبی اور تعلیمی پس منظر وسیع ہو۔

کبھی کبھی نامہ نگار کا جی چاہتا ہے کہ کمر سیدھی کرنے کے لیے چند منٹ لاؤنج میں بیٹھ جائے یا ایک سگریٹ پی کر یا چائے کی پیالی سے تازہ دم ہو جائے۔ یہ کام عموماً اُس وقت کیا جاتا ہے جب کوئی ایسی تقریر شروع ہو جس کے بارے میں یہ توقع ہو کہ اس میں کام کی کی چیز شاید ہی ملے۔ بہر حال یہ عین ممکن ہے کہ غیر متوقع شخص بھی کام کی بات کہ دے، اس لیے ایک دو ساتھیوں سے پیشہ ورانہ دوستی سود مند رہتی ہے اور باہمی تعاون سے فریقین آرام کر سکتے ہیں۔

پارلیمانی خاکہ نگار

پارلیمانی نامہ نگار قانون ساز ادارے کی کارروائی قلمبند کرتا ہے اور پارلیمانی خاکہ نگار ایوان کی فضا کا خاکہ کھینچتا ہے۔ اور اس منظر کے لطیف اور سنجیدہ پہلوؤں کی لفظی تصویر پیش کرتا ہے۔ چوں کہ اس میں انسانی دل چسپی کا مواد موجود ہوتا ہے اس لیے پارلیمانی خاکے کے قارئین کی تعداد بہت زیادہ ہوتی ہے۔ برطانیہ کے مشہور سیاست دان مسٹر لائڈ جارج نے ایک مرتبہ کہا: ''پارلیمانی مقرر خاکہ نویس سے بہت ڈرتے ہیں۔ اس کی تحریر سب پڑھتے ہیں۔ اس لیے وہ ایک نہایت خطرناک شخص ہوتا ہے''۔ اسی طرح ایک اور برطانوی سیاست دان لارڈ ایسکوئتھ (Asquith) نے اس رائے کا اظہار کیا کہ پارلیمان کے ارکان کی شہرت اور وقار کا بہت کچھ دارومدار اس بات پر ہوتا ہے کہ خاکہ نگار اُنھیں کس رنگ میں پیش کرتا ہے۔

پارلیمانی خاکے کے موضوعات کا دائرہ بہت وسیع ہے ۔ اس میں ایسے ارکان کا تذکرہ کیا جا سکتا ہے جو کبھی تقریر نہیں کرتے یا اُدھر بحث ہوتی ہے ادھر یہ سوئے رہتے ہیں ۔ پھر اُن ارکان کا ذکر ہو سکتا ہے ۔ جو کارروائی سننے کی بجائے ڈیسک کے نیچے رکھ کر اخبار پڑھتے ہیں ۔ پارلیمانی طریق کار کی ابجد سے واقف نہیں لیکن کارروائی میں مسلسل مداخلت کرتے ہیں ۔ جو لمبی لمبی تقریریں کرتے ہیں ، اور اکثر موضوع سے ہٹ کر بولتے ہیں ۔ جو تقریروں میں کہانیاں ، حکائتیں اور لطیفے بیان کرتے ہیں بلکہ شعر بھی سناتے ہیں ۔ جو تقریر ایک زبان میں کرتے ہیں لیکن الفاظ اکثر کسی دوسری زبان کے استعمال کرتے ہیں ۔ جو دل چسپ محاورے اور کہاوتیں بیان کرنے میں مہارت رکھتے ہیں ۔ جو پارلیمانی اور غیرپارلیمانی زبان میں امتیاز کو نہیں پہچانتے ۔ پھر خاکہ نویس اُن فقرے بازیوں کا ذکر کرتا ہے جو ایوان میں اکثر ہوتی رہتی ہیں ۔ اُن سے کارروائی کی دلچسپی میں اضافہ ہو جاتا ہے ۔ وہ ارکان کے رنگا رنگ لباس کا ذکر کر سکتا ہے ۔ وقتاً فوقتاً کچھ جائزے پیش کر سکتا ہے ۔ مثلاً ارکان کے تعلیمی اوصاف ، اُن کے پیشے ، اُن کا پارلیمانی ریکارڈ ، اُن کے مشغلے ، غرض موضوعات کا کوئی انت نہیں ہوتا ۔

مینز فیلڈ (Mansfield) رقم طراز ہے : ''اس فن میں کامیابی کے لیے ضروری ہے کہ پارلیمانی سٹیج پر جو کردار موجود ہوں ۔ خاکہ نویس اُن کی شخصیتوں ، زندگی کے مختلف پہلوؤں ، کمزوریوں ، مشغلوں اور اُن کے محبوب موضوعات سے آگاہ ہو ۔ بعض اوقات یوں بھی ہوتا ہے کہ کوئی گمنام رکن ایسا فقرہ بول دیتا ہے جس کے گرد ایک ہلکے پھلکے خاکے کا تانا بانا بنا جا سکتا ہے'' ۔ اس اخبار نویس کے نزدیک خاکہ نویس میں ان اوصاف کا ہونا ضروری ہے :-

الف : حس تناسب
ب : سیاسیات کا گہرا علم
ج : ڈرامائی انداز بیان
د : اظہار پر قابو

بہر حال اس کے ساتھ اگر حس مزاح نہ ہو تو خاکہ دل چسپ نہ رہے گا ، اس لیے خاکہ نویس کو ایک خاص حد تک مزاح نگار بھی ہونا چاہیے - بہرحال اس کا مطلب یہ نہیں کہ خاکے میں ہمیشہ مزاح کا عنصر موجود ہونا چاہیے -

لابی نامہ نگار

لابی نامہ نگار اُس اخبار نویس کو کہتے ہیں جو سپیکر کی اجازت سے ایوان کی لابی میں اس غرض سے جاتا ہے کہ خبریں اکٹھی کرے - لابی (Lobby) ایوان سے ملحق اُس ہال کو کہتے ہیں جہاں ایوان کے ارکان باہم تبادلہ خیالات کے لیے بیٹھتے ہیں یا جہاں وہ اپنے ملاقاتیوں سے بات چیت کرتے ہیں - لابی نامہ نگار کے لیے یہ ضروری نہیں کہ وہ ارکان سے لابی ہی میں ملاقات کرے - وہ اُن سے جہاں چاہے مل سکتا ہے - اُس کا کام سیاسی نامہ نگار کے کام سے ملتا جلتا ہے ، بلکہ یوں کہنا بہتر ہوگا کہ اجلاس کے دوران میں اُسے لابی نامہ نگار کہا جاتا ہے اور اس کے بعد وہ سیاسی نامہ نگار ہوتا ہے -

لابی نامہ نگار سے یہ توقع کی جاتی ہے کہ وہ تمام معزز شخصیتوں سے خوشگوار تعلقات قائم رکھے ، خاص طور پر ان لوگوں سے جو سیاست کے نشیب و فراز سے خصوصیت کے ساتھ باخبر سمجھے جاتے ہیں - ان سے کبھی کبھی ملنے کا یہ فائدہ ہوتا ہے کہ اہم امور کی خبر ملتی رہتی ہے - لابی نامہ نگار کے لیے ضروری ہے کہ اُسے سیاسیات سے گہرا لگاؤ ہو - بڑے بڑے ارکان کے گزشتہ ریکارڈ ، سیاسی مزاج اور گٹھ جوڑ کی صلاحیتوں کا علم ہو - اُس کا ہاتھ ایک طرف سیاست دانوں کی نبض پر ہوتا ہے اور دوسری طرف قارئین کی نبض پر - وہ طویل اور صبر آزما تحقیق کے بعد حقائق معلوم کرتا ہے ، ان کا باہمی رشتہ معلوم کرتا ہے اور ذہانت سے انہیں ایک دوسرے سے منسلک کر کے نتائج اخذ کرتا ہے اور پھر اجتماعی اہمیت کے واقعات اور رجحانات کے بارے میں پیشگوئی کرتا ہے - مثلاً وہ بتاتا ہے کہ عام انتخابات کب متوقع ہیں ، وزارت میں کون

سی تبدیلیاں ہونے والی ہیں ، مختلف مسائل پر حکومت کے ارباب کس نہج پر سوچ رہے ہیں یا مختلف قانونی مسودوں پر غور کے لیے جو سیلیکٹ کمیٹیاں مقرر ہیں اُن میں کیا کچھ ہو رہا ہے - جو لابی نامہ نگار اپنے ذمہ دارانہ طرز عمل سے ارباب بست و کشاد کا اعتماد حاصل کر لیتے ہیں اور ایک خاص حد سے باہر جا کر افشائے راز نہیں کرتے وہ اپنے فرائض منصبی کی ادائیگی میں کامیاب رہتے ہیں -

سیاسی نامہ نگار

ریاست ہائے متحدہ امریکہ میں سیاسی وقائع نگاری کا کام ''نامہ نگار امور عامہ'' (Reporter on Public Affairs) کے سپرد ہوتا ہے لیکن دنیا کے باقی ممالک میں اور خود پاکستان میں سیاسی نامہ نگار یا سیاسی وقائع نگار کی اصطلاح ہی عام ہے - دنیا کے بہت سے اخباروں میں ایسے بھی نامہ نگار موجود ہیں جو کہلاتے تو سیاسی نامہ نگار ہیں لیکن وہ پارلیمانی اور لابی نامہ نگار کے فرائض بھی ادا کرتے ہیں - ہمارے ہاں زیادہ تر اخباروں میں یہی صورت ہے (البتہ پارلیمانی خاکہ نگار کا کام عام طور پر ایک الگ اخبار نویس کے سپرد ہوتا ہے کیونکہ اس میں نامہ نگاری سے زیادہ کالم نویسی کا کام ہوتا ہے) اس لیے سیاسی نامہ نگار کے فرائض ، طریق کار اور اوصاف کا مطالعہ کرتے ہوئے ہمیں وہ تمام امور بھی پیش نظر رکھنے ہوں گے جو اس سے پہلے پارلیمانی نامہ نگار اور لابی نامہ نگار کے سلسلے میں ہم بیان کر چکے ہیں -

سیاسی نامہ نگار کے لیے ضروری ہے کہ وہ جس ملک میں کام کرتا ہو اُس کی سیاسی مشینری کے تمام کل پرزوں سے واقف ہو ، وہ ملکی آئین اور قوانین کا مطالعہ کرے ، ساری سیاسی جماعتوں کے دساتیر عمل اور منشوروں کی تفاصیل سے آگاہ ہو ، اُن کے ماضی اور خود اپنے وطن کی سیاسی تاریخ میں گہری دسترس رکھتا ہو ، ہر زاویۂ نگاہ کے سیاست دانوں اور ان کے احباب اور قریبی دوستوں سے اچھے تعلقات

رکھے ، مختلف سیاسی جماعتوں کے اندر کی گروہ بندیوں اور ان میں نمایاں کرداروں سے آگاہ ہو او . اُن غیر سیاسی جماعتوں سے بھی رابطہ قائم رکھے جو بظاہر تو بعض فرقوں اور قبیلوں اور ذاتوں سے تعلق رکھنے والے لوگوں کی بہبود کے لیے کام کرتی ہیں لیکن بعض سیاسی گروہ بندیوں کو بھی متاثر کرتی ہیں - بعض سیاسی گروہوں پر روحانی رہنماؤں کا گہرا اثر ہوتا ہے ، ان سے واقفیت بھی ضروری ہے - ہر جماعت اور گروہ میں نئی قیادتیں بھی آہستہ آہستہ نمو پاتی ہیں ، اس لیے تعلقات صرف بڑوں تک محدود نہ رہیں چھوٹوں سے بھی قائم کیے جائیں - ان جماعتوں میں بسا اوقات بعض بظاہر غیر اہم کارکن اعلیٰ شخصیتوں سے براہ راست روابط کی وجہ سے حالات سے خاصے باخبر ہوتے ہیں اور بڑی شخصیتوں کے رجحانات کے بارے میں اہم معلومات فراہم کر سکتے ہیں -

انسانی تعلقات و روابط میں توازن ضروری ہے - کسی ایک شخصیت یا پارٹی سے زیادہ گہرا تعلق کام میں حائل ہو جاتا ہے کیونکہ ایسی صورت میں حریف شخصیت یا پارٹی نامہ نگار کی غیر جانب داری کے بارے میں شکوک و شبہات کا شکار ہو جاتی ہے - نامہ نگار کا فرض ہے کہ وہ ہر ایک سے اچھے تعلقات رکھے لیکن یہ تعلقات کہیں بھی حدود سے متجاوز نہ ہوں - گویا اُسے مراسم کے ساتھ ساتھ کچھ فاصلہ بھی قائم رکھنا ہوگا - اس سے سب کو محسوس ہوگا کہ وہ کسی ایک کا حامی نہیں اور نہ کسی ایک کا مخالف ہے اور وہ اصلاً ایک اخبار نویس ہے - نتیجہ یہ ہوگا کہ اُس پر اعتماد کیا جائے گا -

تجربہ کار اور کہنہ مشق سیاسی نامہ نگار ہر سیاسی حلقے میں ایک نہ ایک خفیہ ذریعۂ معلومات رکھتے ہیں جسے امریکی اصطلاح میں پائپ لائن (Pipe Line) کہتے ہیں - عام طور پر جو شخص ایسا ذریعہ بنتا ہے وہ معلومات تو فراہم کر دیتا ہے لیکن اس شرط پر کہ اس کا نام افشا نہ ہو - تجربہ کار سیاسی نامہ نگار اپنے ذریعۂ معلومات کے نام کا افشا کسی صورت میں نہیں کرتے خواہ اس میں نقصان ہی کیوں نہ اٹھانا پڑے -

بعض سیاست دان بیان دینے سے کتراتے ہیں ، کسی بحث میں اپنا نام آنے سے گھبراتے ہیں لیکن اچھے اخبار نویسوں سے نجی طور پر تبادلۂ خیالات سے گریز نہیں کرتے - سیاسی نامہ نگار اس سے فائدہ اُٹھاتے ہیں کیونکہ تبادلۂ خیالات کے دوران میں ایک آدھ ایسا نکتہ مل جاتا ہے جس کو بنیاد بنا کر تحقیق کی جا سکتی ہے اور اس تحقیق سے کوئی خبر اُبھرتی ہے -

سیاسی نامہ نگاری میں صبر کی بہت ضرورت ہوتی ہے - یہ کوئی ایسا کام تو نہیں کہ ''کاتا اور لے دوڑی'' - یہاں ہتھیلی پر سرسوں جمانا ممکن نہیں ہوتا - ایسے مواقع بھی آتے ہیں کہ محنت شاقہ کے بعد بھی خبر نہیں بنتی یا بعض اوقات خبر موجود ہوتی ہے اور نزاکت حالات اور مصالح اُس کی اشاعت کے مانع ہوتے ہیں - لاچار سینے پر پتھر رکھ کر بیٹھنا پڑتا ہے - اس کی وجہ یہ ہے کہ سیاست کا کھیل کبھی کبھی بہت خطرناک صورت اختیار کر لیتا ہے اور قومی مفاد میں خاموشی ضروری ہو جاتی ہے -

سفارتی نامہ نگار

زیادہ تر اخباروں میں لابی نامہ نگار ڈپلومیٹک یا سفارتی نامہ نگار کے فرائض بھی ادا کرتا ہے - سفارتی نامہ نگار سفیروں ، سفارتی وزیروں قونصلوں ، ہائی کمشنروں ، تجارتی کمشنروں اور دوسرے ڈپلومیٹک نمائندوں سے رابطہ رکھتا ہے - جب غیر ملکی وفود آئیں تو ان کے ارکان اور اخباری مشیروں سے مل کر ممکنہ معلومات حاصل کرتا ہے - نیز اپنے ملک کے دفتر خارجہ سے بھی راہ و رسم رکھتا ہے - اس قسم کی نامہ نگاری میں محنت زیادہ ہوتی ہے لیکن یافت کم ہوتی ہے کیونکہ اس قسم کی گفتگو زیادہ تر خفیہ رہتی ہے اور عام طور پر بات چیت مکمل ہونے پر ایک سرکاری اعلان چھپ جاتا ہے - بہر حال اس کے باوجود سفارتی دائرے میں خبروں کی فراہمی کے کچھ دروازے کھلے رہتے ہیں - سفارتی نامہ نگاری کا کام بہت سینئر اخبار نویسوں کو سونپا جاتا ہے کیونکہ

یہ ایک نہایت نازک کام ہے - ذمہ داری کے اعلیٰ معیار کی ضرورت ہوتی ہے اور خبروں کی تحریر میں معمول سے کہیں زیادہ احتیاط درکار ہوتی ہے تاکہ ایسا نہ ہو کہ بین الاقوامی سطح پر غلط فہمیاں پیدا ہو جائیں -

غیر ملکی نامہ نگار

دنیا کے بڑے بڑے اخبار بیرونی دنیا کے کلیدی خبری مراکز میں اپنے خاص نمائندے مقرر کرتے ہیں - انھیں Foreign Correspondent یا غیر ملکی نامہ نگار کہا جاتا ہے - پاکستان کے بھی بعض اخباروں نے کچھ غیر ملکی نامہ نگار مقرر کر رکھے ہیں - یہ ایک ایسا منصب ہے جو منجھے ہوئے اور تجربہ کار اخبار نویسوں کے سپرد ہوتا ہے -

کلیدی خبری مراکز سے ہماری مراد دنیا کے اُن بڑے شہروں سے ہے جو اپنے محل وقوع کے اعتبار سے ایسی مرکزی اہمیت کے حامل ہیں کہ بہت سے اہم بین الاقوامی واقعات وہیں سے اُبھرتے ہیں - مثلاً نیویارک کی مثال لیجیے - یہ براعظم امریکہ کا سب سے بڑا شہر ہے - ریاستہائے متحدہ امریکہ کے دارالحکومت واشنگٹن کے قریب ہے - مجلس اقوام کے صدر دفاتر یہیں ہیں - سلامتی کونسل میں دنیا بھر کے مسائل پر بحث ہوتی ہے - جنرل اسمبلی کے اجلاس بھی عموماً یہیں ہوتے ہیں - اس لحاظ سے نیویارک کو دنیا کے مرکز کی حیثیت حاصل ہے - پھر لندن برطانیہٗ عظمیٰ کا دارالحکومت ، برطانوی کامن ویلتھ کا مرکز ، یورپ کا سب سے بڑا شہر اور مغربی یورپ کے ساحل سے بالکل قریب واقع ہے - یہاں بیٹھ کر ایک نامہ نگار پورے مغربی یورپ کی خبروں کا احاطہ کر سکتا ہے - بعض اخبار یورپ کی خبروں کا احاطہ کرنے کے لیے پیرس یا جینوا کو مرکز بناتے ہیں کیونکہ ایک تو اُنھیں مرکزی حیثیت حاصل ہے دوسرے یہ شہر بین الاقوامی کانفرنسیں ان شہروں میں ہوتی ہیں - ماسکو بھی ایک اہم اور کلیدی خبری مرکز ہے کیونکہ یہاں سے سوویٹ یونین اور جنوب مشرق یورپ ، مشرق جرمنی اور مشرق برلن تک

کے حالات پر نظر رکھی جا سکتی ہے - مشرق بعید میں ہانگ کانگ اور سنگاپور میں مقررہ نامہ نگار آس پاس کی ساری ایشیائی دنیا سے رابطہ پیدا کر سکتے ہیں - پس ہم اس نتیجے پر پہنچتے ہیں کہ جب کوئی اخبار کسی کلیدی خبری مرکز میں اپنا نامہ نگار مقرر کرتا ہے تو اس کا مقصد صرف یہ نہیں ہوتا کہ ایک ملک کی خبریں حاصل کی جائیں بلکہ یہ ہوتا ہے کہ ایک پورے علاقے کے تمام ممالک کا احاطہ کیا جائے -

جن اخباروں کے ذرائع زیادہ وسیع ہوتے ہیں وہ ثانوی اہمیت کے خبری مراکز میں بھی نامہ نگار مقرر کرتے ہیں اور ان کے علاوہ بہت سے اہم دارالحکومتوں میں جز وقتی نامہ نگار رکھتے ہیں - موخرالذکر لوگ عموماً مقامی باشندے ہوتے ہیں اس لیے ان پر زیادہ بھروسہ نہیں کیا جاتا کیونکہ اُن کے بارے میں یہ اندیشہ بھی ہوتا ہے کہ وہ مقامی اور ملکی اثرات کے تابع ہوں گے - غیر ملکی نامہ نگاروں کی ایک اور اہم قسم Roving Correspondent کے نام سے مشہور ہے - اسے اُردو میں سفری نامہ نگار کہا جا سکتا ہے - سفری نامہ نگار ایک خاص علاقے کا دورہ کرتے ہیں - مختلف ملکوں میں تھوڑی دیر رہ کر مکاتیب بھیجتے رہتے ہیں تا آنکہ دورہ ختم ہوتا ہے اور اُس کے بعد اخبار کی طرف سے اُنھیں دنیا کے کسی اور علاقے کے دورہ پر بھیج دیا جاتا ہے -

غیر ملکی نامہ نگاروں میں چند اوصاف کا ہونا ضروری ہے - ان میں ایک تو یہ ہے کہ انھیں بین الاقوامی سیاست پر عبور حاصل ہو ، دوسرے وہ جن علاقوں کی خبریں فراہم کرنے پر مامور ہوں وہاں کی سیاست ، معیشت ، معاشرے ، ثقافت اور تہذیب سے خوب آگاہ ہوں - تیسرے ان علاقوں کی زبان یا زبانوں میں کچھ نہ کچھ دسترس ضرور حاصل ہو - بہر حال اس کا مطلب یہ نہیں کہ جو غیر ملکی نامہ نگار ماسکو میں مقیم ہیں ان سب کو روسی زبان آتی ہے - یہ لوگ روسی زبان سے ناواقف ہونے کے باوجود کام چلا لیتے ہیں - طریقہ یہ ہے کہ برطانوی ، فرانسیسی اور امریکی نامہ نگار اپنے اپنے ملک کے سفارت خانوں سے گہرا رابطہ

رکھتے ہیں ۔ ان سفارت خانوں میں سوویٹ یونین کے اخباروں کے تمام اہم مندرجات کے ترجمے کا اعلیٰ انتظام موجود ہوتا ہے اور کسی روسی رہنما سے انٹرویو کے وقت مترجم کی خدمات حاصل ہو جاتی ہیں ۔ بہر حال یہ امر واضح ہے کہ اگر زبان سے واقفیت ہو تو اس سے کام زیادہ خوش اسلوبی کے ساتھ ہو جاتا ہے ۔

اگر کسی نامہ نگار کو انگریزی اور فرانسیسی زبانوں پر عبور حاصل ہو تو وہ سوائے لاطینی امریکہ کے ، دنیا کے تقریباً تمام کلیدی خبری مراکز میں کام کر سکتا ہے ۔ لاطینی امریکہ میں ہسپانوی زبان سے کام چلتا ہے ۔ دنیائے عرب میں اور افریقہ کی تقریباً تمام ریاستوں میں انگریزی اور فرانسیسی زبان سے بخوبی کام ہو سکتا ہے لیکن عربی زبان سے واقفیت ہو تو کارکردگی بہتر ہو سکتی ہے ۔ بین الاقوامی کانفرنسوں میں نامہ نگاری کے لیے کسی ایک بین الاقوامی زبان (انگریزی یا فرانسیسی) سے واقفیت کافی رہتی ہے کیونکہ ان کانفرنسوں کی ساری کارروائی بیک وقت مختلف زبانوں میں ترجمہ ہوتی چلی جاتی ہے ۔

غیر ملکی نامہ نگار Spot News نہیں بھیجتے کیونکہ اس قسم کی خبریں بین الاقوامی خبر رساں ادارے بھیج دیتے ہیں ۔ ہاں جب یہ خیال ہو کہ یہ خبر رساں ادارے کسی مصلحت کی وجہ سے ان خبروں کو تقریباً نظر انداز کر دیں گے تو یہ نامہ نگار ان کی فراہمی اور ترسیل میں دلچسپی لیتے ہیں ۔ عام طور پر اُن کا کام یہ ہوتا ہے کہ اپنے اخباروں کو پس منظر سے آگاہ کریں اور ایسی معلومات فراہم کریں جو بین الاقوامی اداروں کے احاطۂ کار سے باہر ہوں ۔ پھر یہ نامہ نگار خیال رکھتے ہیں کہ جن اخباروں کی نمائندگی ان کے سپرد ہے اُن کے قارئین کس قسم کا مواد چاہتے ہیں ۔ مثلاً پاکستانی اخباروں کے جو نمائندے لندن میں مقیم ہیں وہ اپنے اخبارات کو برطانیہ میں مقیم پاکستانیوں کے حالات اور مسائل سے باخبر رکھیں گے ۔ برطانوی سیاست اور معیشت کے اُن تمام نشیب و فراز پر خصوصی توجہ دیں گے جن سے کسی نہ کسی رنگ میں پاکستان متاثر ہوتا ہو ۔ برطانوی اخباروں کے

ایسے ادارتی تبصروں کا خاص نوٹس لیں گے جو پاکستان سے تعلق رکھنے والے موضوعات پر کیے جائیں گے - برطانیہ کے معاشرے میں اُن عناصر کی سرگرمیوں کو خاص اہمیت دیں گے جو پاکستان کے دوست ، خیر خواہ یا ہمدرد ہیں - غرض پاکستان کے نامہ نگار ہمیشہ یہ یاد رکھیں گے کہ انھیں ہم وطنوں کے مطالعے کے لیے مواد فراہم کرنا ہے -

برطانوی صحافی مسٹر جے - ایل - گاروِن (J.L. Garvin) غیر ملکی نامہ نگاروں کو یہ مشورہ دیتے ہیں : ''سچ بولنے میں بھی بڑی احتیاط کی ضرورت ہے کیونکہ بسا اوقات سچائی گالی سے زیادہ مجروح کن اور زہریلی ثابت ہوتی ہے - داخلی امور میں آپ ووٹوں سے کھیلتے ہیں لیکن امور خارجہ میں زندگیوں سے کھیلنے کی نوبت آ سکتی ہے - آپ کا ایک ایک لفظ قوموں کے درمیان دوستی یا دشمنی پیدا کر سکتا ہے - امور خارجہ کے بارے میں لکھتے وقت غیر معمولی احتیاط سے کام لیجیے'' -

دوسری عالمی جنگ کے بعد بین الاقوامی صحافتی اداروں میں یہ احساس تیز ہُوا کہ بین الاقوامی امن کی بقا اور استحکام میں غیر ملکی نامہ نگار اور دوسرے اخبار نویس بہت بڑا کردار ادا کر سکتے ہیں - چنانچہ یورپ میں خاص طور پر اس مسئلے پر مذاکرات منعقد کیے گئے اور جن ملکوں کے درمیان دشمنی نے ایک تاریخی روایت کی حیثیت حاصل کر لی تھی اُن کے صحافیوں کے براہ راست مذاکرات کرائے گئے - تاکہ افہام و تفہیم سے اُن کی تحریر کا زہر کم ہو جائے لیکن یہ ایک حقیقت ہے کہ کوئی غیر ملکی نامہ نگار ، خواہ وہ کتنا ہی غیر جانبدار کیوں نہ ہو ، کبھی اس بات کو فراموش نہیں کرتا کہ اُس کا ایک وطن ہے جس سے اُسے محبت ہے اور اس محبت کے کچھ تقاضے ہیں جو اُسے اپنے پیشے کے کام میں بھی مد نظر رکھنے ہیں -

خلاصہ

سیاسی وقائع نگاری کے لیے مختلف نامہ نگار مقرر کیے جاتے ہیں - مثلاً پارلیمانی نامہ نگار ، پارلیمانی خاکہ نگار ، لابی نامہ نگار ، سیاسی نامہ نگار ،

سفارتی نامہ نگار اور غیر ملکی نامہ نگار۔ ان میں سب سے آسان کام پارلیمانی نامہ نگار کا ہے کیونکہ اگر پارلیمانی طریق کار معلوم ہو، چہرہ شناسی میں دسترس حاصل ہو اور سیاسی مسائل کی سمجھ بوجھ ہو تو یہ کام خوش اسلوبی سے ہو سکتا ہے۔ رہا پارلیمانی خاکہ نگار تو اُس میں سیاست کی سمجھ بوجھ کے ساتھ فیچر نگاری کا ملکہ بھی درکار ہے۔ سیاسی وقائع نگاری کی اصل آزمائش باقی چار شعبوں میں ہوتی ہے کیونکہ یہاں سیاست کے نشیب و فراز کے نہایت گہرے علم کی ضرورت ہوتی ہے اور خبر سونگھنے کی صلاحیت سب سے بڑی کسوٹی ہے اور یہ صلاحیت طویل تجربے کے بعد حاصل ہوتی ہے۔ یہی وجہ ہے کہ نامہ نگاری کے یہ شعبے کہنہ مشق اخبار نویسوں کے سپرد کیے جاتے ہیں۔

سیاسی وقائع نگاری کے باقی تقاضے یہ ہیں کہ نامہ نگار کی شخصیت اتنی دلکش اور گفتگو اتنی دلآویز ہو کہ وہ بڑی سے بڑی شخصیت سے غیر رسمی انداز میں ملاقات کر سکے۔ سیاسی جماعتوں اور دھڑوں سے تعلق رکھنے والے افراد سے رابطے میں اتنا توازن ہو کہ اُسے کسی مکتب خیال سے وابستہ نہ سمجھا جائے۔ نامہ نگار میں یہ قابلیت موجود ہو کہ وہ بظاہر ایک دوسرے سے لاتعلق حقائق میں پوری ذہانت کے ساتھ رشتہ تلاش کرے اور سرعت سے نتائج اخذ کر لے۔ معلومات کے ماخذوں کو راز میں رکھ سکے اور اُس میں صبر کا مادہ موجود ہو۔

سوالات

۱ - سیاسی وقائع نگاری کے بنیادی تقاضے کیا کیا ہیں ؟

۲ - سیاسی وقائع نگاری کی مختلف اقسام کا ایک مختصر جائزہ پیش کیجیے۔

۳ - پارلیمانی نامہ نگاری کس طرح کی جاتی ہے ؟

۴ - لابی نامہ نگار، سیاسی نامہ نگار اور سفارتی نامہ نگار کے فرائض میں

کون کون سی باتیں مشترک ہیں اور کون کون سی مختلف ؟

۵ - غیر ملکی نامہ نگاری کیسے کی جاتی ہے ؟

۶ - ''پارلیمانی خاکہ نگار کے موضوعات کا دائرہ بہت وسیع ہے'' بحث کیجیے -

۷ - اس باب میں پیش کردہ معلومات کی روشنی میں بتائیے کہ سیاسی وقائع نگار کے لیے کون کون سے اوصاف ضروری ہیں ؟

انٹرویو کا فن

انٹرویو باضابطہ ملاقات کو کہتے ہیں ۔ اخباری اصطلاح میں اِس سے ہر وہ ملاقات مراد ہے جو خواہ بالمشافہ ہو یا ٹیلی فون پر لیکن جس کا مقصد یہ ہو کہ اخبار نویس حقائق یا آرا معلوم کرے ۔ انٹرویو تحریری بھی ہو سکتا ہے اور زبانی بھی ۔ انٹرویو کو ہم اُردو میں "اخباری ملاقات" کہہ سکتے ہیں لیکن انٹرویو کا لفظ اتنا عام ہو چکا ہے کہ اُردو زبان کا جزو بن گیا ہے ۔

ایمل لڈوگ (Emil Ludwig) لکھتا ہے : "صحافت کے بہت سے روپ ہیں ۔ اِن میں انٹرویو غالباً نفیس ترین اور دلچسپ ترین روپ ہے ۔ عام قاری شاید یہ سمجھتا ہو کہ انٹرویو محض کسی گفتگو کا ریکارڈ ہے اور بس ۔ لیکن سچ پوچھیے تو انٹرویو میں بڑی مہارت درکار ہے اور انٹرویو لینے والے میں بہت سی خوبیوں کا مرتکز ہونا ضروری ہے"۔

صحافت میں قدم قدم پر انٹرویو ہوتا ہے ۔ جونہی کوئی نوجوان خار زار صحافت میں قدم رکھتا ہے اُسے یہ مسئلہ درپیش ہوتا ہے کہ معلومات کس سے حاصل کی جائیں اور اُنھیں کس طرح تحریر میں لایا جائے ۔ چنانچہ وہ اس بات کی تربیت حاصل کرتا ہے کہ مختلف قسم کے لوگوں سے کیسے رابطہ قائم کیا جائے ۔ اُن سے کس طرح معلومات حاصل کی جائیں اور ان کی صحت کا اندازہ کیسے کیا جائے ۔ یہیں سے انٹرویو کے نفسیاتی پہلو کا مطالعہ کرنا ہوتا ہے کہ دوسرے سے معلومات اُگلوانے کا بھی ایک سلیقہ ہوتا ہے ۔ اس کے کچھ آداب ہوتے ہیں اور کچھ ایسے نفسیاتی عمل ہوتے ہیں جن سے یہ کام خوش اسلوبی سے ہو سکتا ہے ۔ اگر انٹرویو کے فن سے آگاہی نہ ہو تو نامہ نگاری کا کام ایک دن بھی نہیں چل سکتا ۔

انٹرویو محض کسی شخصیت سے اخباری ملاقات کا نام نہیں۔ اس کے معانی بہت وسیع ہیں۔ اس میں وہ تمام انٹرویو یا ملاقاتیں شامل ہیں جو کسی خبر کے تمام اجزائے ترکیبی کو جمع کرنے کے لیے کی جاتی ہیں۔ مثلاً شہر سے آٹھ دس میل کے فاصلے پر دو بسوں میں تصادم ہو جاتا ہے۔ ظاہر ہے کوئی شخص نامہ نگار سے یہ توقع نہیں رکھتا کہ وہ ہر حادثے اور اچانک ہونے والے واقعے کے وقت وہیں موجود ہو اور اپنی آنکھ سے سب کچھ دیکھ لے۔ قدرتی طور پر وہ اُن لوگوں سے ملے گا جنھوں نے حادثے کا مشاہدہ کیا ہو یا جن کا اُس حادثے سے تعلق ہوگا۔ یہاں سے انٹرویو کا سلسلہ شروع ہوگا۔ چشم دید گواہوں کے ساتھ، پولیس کے ساتھ، زخمیوں کے ساتھ، بچنے والوں کے ساتھ اور اگر حادثہ بڑا ہوگا تو انٹرویو کا سلسلہ اور بھی طویل ہوگا: ہلاک شدگان کے ورثا سے، ہسپتال کے نگرانوں سے، ٹریفک پولیس سے اور کئی دوسرے لوگوں سے۔ انٹرویو کے ان طویل سلسلوں کا مقصد یہ ہے کہ حادثے کے تمام پہلوؤں کا احاطہ کرکے ایک مفصل خبر مرتب کی جائے جس میں حقائق بھی ہوں اور انسانی دلچسپی کا مواد بھی موجود ہو۔ بہر حال اس قسم کی نامہ نگاری میں انٹرویو بذات خود کوئی مقصد نہیں ہوتا بلکہ یہ محض ایک ذریعہ ہوتا ہے جس سے فائدہ اُٹھا کر معلومات اخذ کی جاتی ہیں۔

صحافت میں جب انٹرویو کا لفظ سامنے آتا ہے تو عام طور پر اس سے وہ انٹرویو مراد ہوتے ہیں جن کے دو مقصد ہو سکتے ہیں:-

اول: کسی مسئلے یا واقعے یا رجحان پر اہل الرائے لوگوں کا نقطۂ نگاہ معلوم کیا جائے۔

دوم: کسی شخصیت کے خد و خال کا نقشہ کھینچا جائے۔

اس کی چار بڑی قسمیں ہیں: خبری انٹرویو، معلوماتی انٹرویو، مذاکراتی انٹرویو اور شخصیتی انٹرویو۔ ان کا حال ہم الگ الگ بیان کریں گے۔

خبری انٹرویو

خبری انٹرویو کو انگریزی میں News Interview یا

Factual Interview کہتے ہیں - جب کوئی ایسا مسئلہ پیدا ہوتا ہے یا کسی بڑے ادارے کی طرف سے ایسے فیصلے کا اعلان ہوتا ہے جس پر لوگ ماہرین کی رائے معلوم کرنا چاہتے ہیں تو اس کے لیے خبری انٹرویو لیا جاتا ہے - مثلاً نئی درآمدی پالیسی کا اعلان ہو تو بہت سے لوگ یہ معلوم کرنا چاہتے ہیں کہ اس کے کون کون سے نتائج ہو سکتے ہیں - ایسے میں ایوان تجارت کے صدر یا کسی ماہر معاشیات سے انٹرویو کیا جاتا ہے - اُس کی رائے معلوم کی جاتی ہے - اُس سے مختلف پہلوؤں پر سوال پوچھے جاتے ہیں اور اِن جوابات پر مبنی خبر کو خبری انٹرویو کہتے ہیں - ایسے انٹرویو ہر قسم کے موضوعات پر حاوی ہو سکتے ہیں - ریلوے سٹیشن اور ائیرپورٹ پر رہنماؤں اور جماعتوں اور اداروں کے سربراہوں سے جو بیانات لیے جاتے ہیں وہ بھی خبری انٹرویو پر مبنی ہوتے ہیں - پس کسی خبر کے بارے میں کسی شخصیت کا ردعمل پیش کرنے کے لیے انٹرویو کی اس صنف کو استعمال کیا جاتا ہے -

معلوماتی انٹرویو

جیسا کہ نام سے ظاہر ہے اس کا تعلق خبر سے نہیں ایسی معلومات سے ہے جن کے پیش کرنے میں جلدی نہیں ہوتی - معلوماتی انٹرویو کا دائرہ بھی بہت وسیع ہے - مثلاً غیر ملکی سیاحوں سے اُن کے تأثرات معلوم کیے جاتے ہیں - اُن سے پوچھا جاتا ہے کہ جس ملک یا شہر کی سیاحت کو آئے ہیں اُسے کیسا پایا ہے ؟ اگر کوئی اپنا شہری علم کے کسی شعبے میں مہارت پیدا کر کے وطن کو لوٹتا ہے تو اُس سے دریافت کیا جاتا ہے کہ اُس کا علم اُس کے ہم وطنوں کے لیے کیسے مفید ثابت ہو سکتا ہے - جس ملک میں اُس نے تعلیم پائی اُس کے معاشرے کا حال بھی معلوم کیا جا سکتا ہے - کچھ لوگ علمی کانفرنسوں میں شرکت کے بعد لوٹتے ہیں - اُن سے بھی دلچسپ معلومات اخذ کی جا سکتی ہیں - کبھی کسی مصور سے ، کسی موسیقار سے ، کسی ماہر تعلیمات سے یا کسی پروفیسر سے اُس کے پیشے کے بارے میں ایسی معلومات فراہم کی جاتی ہیں جنھیں قارئین دلچسپی سے پڑھتے ہیں -

مذاکراتی انٹرویو

جب کوئی اہم مسئلہ اُٹھتا ہے یا حکومت کوئی ایسا فیصلہ کرتی ہے - جس کے نتائج ہمہ گیر اور دور رس ہو سکتے ہیں تو اخبار نویس چاہتا ہے کہ رائے عامہ کا ایک ایسا جائزہ پیش کرے جس سے نہ صرف مختلف طبقات بلکہ عوام کا مجموعی تاثر بھی معلوم ہو سکے - اس صنف میں ایک سے زیادہ افراد سے انٹرویو کیا جاتا ہے اور سب کے تأثرات یک جا کر دیے جاتے ہیں - مثلاً کوئی بڑا سیاسی فیصلہ ہوتا ہے تو رپورٹر مختلف سیاسی جماعتوں کے سربراہوں یا نمایاں لیڈروں کی آرا حاصل کرتا ہے - ٹیلی فون کے ریٹ میں اضافہ ہوتا ہے تو استعمال کنندگان کے مختلف طبقات سے ایک ایک آدمی چن کر اُس سے انٹرویو لیتا ہے - مثلاً وہ ایک تاجر ، ایک دکاندار ، ایک ایڈیٹر ، ایک ڈاکٹر ، ایک وکیل اور ایک ریٹائرڈ افسر سے اُن کا رد عمل معلوم کر کے ایک خبر بنا لیتا ہے- یہ استصواب رائے عامہ کا کوئی سائنسی طریقہ تو نہیں لیکن اس سے لوگوں کی رائے کا کچھ نہ کچھ اندازہ ضرور ہو جاتا ہے - کوئی تعلیمی مسئلہ ہو تو اس پر چند ماہرین تعلیمات سے انٹرویو لیا جاتا ہے - طلبہ کے رہنماؤں کے خیالات بھی پیش کیے جاتے ہیں - کسی بڑی شخصیت کی رحلت پر اُس کے بارے میں چند نمایاں دانشوروں کے تاثرات معلوم کر کے چھاپے جاتے ہیں - بعض فیصلے چھوٹے طبقے کو متاثر کرتے ہیں - ایسے میں اُسی طبقے کے افراد سے انٹرویو کیا جاتا ہے -

شخصیتی انٹرویو

شخصیتی انٹرویو خبر کی نہیں ، فیچر کی حیثیت رکھتا ہے - اس میں کسی ایسی شخصیت کے خد و خال دلچسپ اور ہلکے پھلکے انداز میں پیش کیے جاتے ہیں جس میں لوگوں کو دلچسپی ہو - اس میں اس شخصیت کے سوانح اور کارنامے بھی بیان ہوتے ہیں اور اُس کی صورت شکل ، لباس ، رہن سہن ، مشغلے ، روزمرہ سرگرمیاں ، غرض وہ تمام باتیں آ جاتی ہیں جن سے اُس کی زندگی عبارت ہے - بسا اوقات ایسے

فیچروں میں سوانح کو بھی چنداں اہمیت نہیں دی جاتی - لطیف پہلوؤں کو نمایاں کیا جاتا ہے - شخصیت کی آواز ، گفتگو کا انداز ، عادات ، اوہام ، جذبات غرض سب باتوں کا احاطہ کیا جاتا ہے - مقصد یہ ہے کہ قارئین فیچر پڑھ کر یہ محسوس کریں کہ انہوں نے اس شخصیت سے ملاقات کر لی -

ان کے علاوہ بھی انٹرویو کی کچھ اقسام رائج ہیں - مثلاً جب بالمشافہ ملاقات نہ ہو سکے اور موضوع ایسا نازک ہو کہ اس پر زبانی سوال و جواب ناممکن ہو تو ایسی صورت میں نامہ نگار تحریری سوالات بھیج دیتا ہے اور اُن کے تحریری جواب آ جاتے ہیں - اس قسم کے تحریری انٹرویو عموماً مملکتوں کے سربراہوں سے ہوتے ہیں - سوویٹ یونین کے بڑے رہنما عام طور پر غیر ملکی نامہ نگاروں کو اسی قسم کے انٹرویو دیتے ہیں - بہر حال اس میں شخصیت اور اخبار نویس ، دونوں کا بڑا ہونا ضروری ہے -

انٹرویو کے طریقے

انٹرویو کا سب سے احسن طریقہ تو یہ ہے کہ جس شخصیت سے انٹرویو لینا ہو اُس کے گھر میں ملاقات کی جائے - وہاں ماحول سازگار ہوتا ہے ، غیر رسمی سی فضا ہوتی ہے ، وقت بھی وافر ہوتا ہے ، ایسے میں شخصیت اس ''موڈ'' میں ہوتی ہے کہ کھل کر باتیں کر لے (اگرچہ اس میں بھی مستثنیات موجود ہیں) - گھر کے بعد دفتر انٹرویو کی ایک مناسب جگہ ہے - اس میں کچھ قباحتیں بھی ہیں ، مثلاً دفتر کا کام ختم بھی ہو چکا ہو تو اس کا بوجھ دماغ پر رہتا ہے - گفتگو کے دوران میں ذمہ داری کا احساس زیادہ شدت سے رہتا ہے - پھر باہر ملاقاتیوں کی قطار لگی ہوتی ہے - ایک اور دقت یہ ہوتی ہے کہ ٹیلی فون آتا رہتا ہے اور یوں سلسلۂ گفتگو منقطع ہوتا رہتا ہے -

شخصیت کے دورے کے آغاز اور انجام پر ریلوے سٹیشن یا ائیرپورٹ پر بھی انٹرویو لیے جاتے ہیں - ان میں اکثر ضروری مواد مختصر سے وقت میں مل جاتا ہے اور کوئی موضوع نہ ہو تو دورہ ہی موضوع بن جاتا ہے -

شخصیت کے کردار میں ذرا جھول بھی ہو تو بسا اوقات اخبار نویسوں کو تو اچھی خبر مل جاتی ہے لیکن شخصیت گھاٹے میں رہتی ہے اور آئندہ سے اُسے محتاط ہونا پڑتا ہے۔ بہرحال ریلوے سٹیشن اور ائیرپورٹ انٹرویو کا ایک اچھا ذریعہ ہیں۔

مجلسی تقریبوں میں یا سر راہے ملاقات سے بھی کبھی کبھی اچھی خبر مل جاتی ہے اور کچھ نہیں تو کسی بڑی خبر کے بارے میں "ٹپ" 'Tip' یا اشارہ مل جاتا ہے اور اس کی بنیاد پر مزید معلومات حاصل کر کے بڑی خبر کا کھوج لگانا آسان ہو جاتا ہے۔ اسی طرح ٹیلی فون پر بھی انٹرویو کیا جا سکتا ہے لیکن اس کا بہت کچھ انحصار اخبار نویس اور متعلقہ شخصیت کے باہمی روابط پر ہے۔

انٹرویو کے فنی تقاضے

گھر یا دفتر میں انٹرویو کے کچھ آداب ہوتے ہیں۔ ان میں اور مجلسی آداب میں کوئی خاص فرق نہیں ہوتا۔ سب سے پہلی بات تو یہ ہے کہ کسی کے گھر یا دفتر میں یونہی جا دھمکنا شائستگی کے منافی ہے۔ ملاقات کے لیے پہلے وقت لیا جائے اور پھر پابندیٔ وقت کا خیال رکھا جائے کیونکہ ہر شخص کا وقت قیمتی ہوتا ہے۔ اخبار نویسی کے زعم میں آکر تاخیر سے جانا نہ صحافتی آداب کے مطابق ہے نہ عام مجلسی آداب سے ہم آہنگ ہے اور نہ اس سے اخبار نویس کی "عظمت" میں اضافہ ہوتا ہے۔

اگر متعلقہ شخصیت پابندیٔ وقت کا خیال نہ رکھے تو اس پر سیخ پا ہونے کی ضرورت نہیں۔ اُس کی مجبوریوں کو سمجھنے کی کوشش کیجیے۔ بڑے لوگ پابندیٔ وقت کے سلسلے میں نیک نیتی کے باوجود بعض اوقات اچانک پیش آنے والے واقعات یا مصروفیات کی وجہ سے بے بس ہو جاتے ہیں۔ ایسے میں اخبار نویس کو صبر سے کام لینا چاہیے۔ پھر اُسے یہ سوچنا چاہیے کہ آیا اخبار کے لیے یہ انٹرویو ضروری ہے یا اس کے بغیر بھی گزارہ ہو سکتا ہے۔ اگر ضروری ہے، تو انتظار کیجیے اور زحمت برداشت کیجیے کیونکہ حاجت آپ کی ہے اُس شخصیت

کی نہیں اور اگر انٹرویو کے بغیر گزارہ ہو سکتا ہے یا اُسے ملتوی کیا جا سکتا ہے تو ایک مختصر سا رقعہ چھوڑ جائیے کہ وقت مقررہ پر آیا، انتظار بھی کیا، افسوس ملاقات نہ ہو سکی۔ اگر رقعے کا لہجہ اچھا ہوگا تو متعلقہ شخصیت کی طرف سے معذرتی خط آجائے گا اور ملاقات کا اور وقت مقرر ہو جائے گا۔

انٹرویو سے پہلے اس کی تیاری ضروری ہے۔ اس کا پہلا تقاضا یہ ہے کہ آپ **اُس شخصیت کے بارے میں ضروری معلومات حاصل کریں۔** اس لیے نہیں، کہ ان معلومات کو خبر میں استعمال کرنا ہے بلکہ اس لیے، کہ جس شخصیت سے آپ ملیں اُس کے ماضی اور حال کے بارے میں آپ بے خبر نہ ہوں۔ اس سلسلے میں نو آموز صحافیوں کو یا تو کسی (Who's Who) میں اُس کے حالات پڑھ لینے چاہییں یا اپنے سینئر رپورٹر سے کچھ معلومات اخذ کر لینی چاہییں۔ اس کا ایک مقصد یہ بھی ہے کہ جب آپ انٹرویو کر رہے ہوں تو کوئی ایسی بات نہ کہ دیں جس سے آپ کی بے خبری ظاہر ہو۔

تیاری کا دوسرا تقاضا یہ ہے کہ **سوالات کا خاکہ تیار کیا جائے۔** اس کا مطلب یہ نہیں کہ سوالات لکھ کر ایک میکانکی انداز میں پوچھے جائیں۔ مقصود صرف یہ ہے کہ سوالات کا واضح نقشہ ذہن میں ہو، گفتگو غیر رسمی ہو اور اس کے دوران میں ایک بے ساختہ سے انداز میں موضوع کو ایک سوال سے دوسرے سوال کی طرف اور دوسرے سوال سے تیسرے سوال کی طرف لے جایا جائے اور کبھی ایسی صورت نہ پیدا ہونے دی جائے کہ جرح کی جا رہی ہے۔ کبھی کبھی دوسرے کو آزادی سے بھی بات چیت کرنے دی جائے کیونکہ ممکن ہے اس سے کوئی ایسی نئی بات یا نیا زاویہ اُبھرے جس کا خیال آپ کو نہ آیا ہو۔

اب یہ سوال پیدا ہوتا ہے کہ **آیا اخبار نویس کو انٹرویو کے دوران** میں **نوٹ لینے چاهیں، یا محض اپنی یاد داشت پر بھروسا کافی هے؟** اس بارے میں رائے کا اختلاف موجود ہے۔ کچھ اخبار نویس کہتے ہیں کہ پنسل اور کاغذ دیکھ کر وہ شخص خوش ہوتا ہے جس کا انٹرویو لیا جا رہا ہو

اور وہ کوشش کرتا ہے کہ اپنی رائے خوش اسلوبی سے پیش کرے۔ اس کا ایک فائدہ یہ بھی ہے کہ غلطی کا امکان بہت کم رہ جاتا ہے۔ اس کے برعکس ایک رائے یہ بھی ہے کہ پنسل اور کاغذ دیکھ کر انٹرویو دینے والا گھبرا جاتا ہے۔ اس لیے مناسب یہی ہے کہ اخبار نویس انٹرویو کے دوران میں نوٹ نہ لے۔ صرف باتیں سنے اور اپنی یادداشت کے بل بوتے پر رپورٹ مرتب کرے۔ سچ پوچھیے تو دونوں باتیں صحیح ہیں۔ کچھ شخصیتیں پنسل اور کاغذ دیکھ کر واقعی خوش ہوتی ہیں اور کچھ ایسی شخصیتیں بھی ہوتی ہیں جنھیں ان سے وحشت ہوتی ہے۔ رپورٹر کو تجربے اور مشاہدے ہی سے معلوم ہوتا ہے کہ کہاں نوٹ لینے کی ضرورت ہے اور کہاں نہیں۔ بہر حال ایک بات واضح ہے کہ جب کسی پیچیدہ اور نازک مسئلے پر انٹرویو لیا جائے تو نوٹ لینے ضروری ہو جاتے ہیں تاکہ ایسا نہ ہو رپورٹ میں کوئی ایسی خامی رہ جائے جس سے شخصیت اور اخبار نویس دونوں مشکل میں پڑ جائیں۔

یہاں **انٹرویو کا نفسیاتی پہلو** بھی زیر غور لانا مناسب ہے۔ کچھ لوگوں کو انٹرویو سے تامل ہوتا ہے۔ انھیں شیشے میں اُتارنے کے لیے نفسیاتی جتن کرنے پڑتے ہیں۔ کچھ لوگ تھوڑی سی خوشامد سے مان جاتے ہیں، کچھ دل میں تو چاہتے ہیں کہ انٹرویو ہو لیکن اپنی "عظمت" اور پبلسٹی سے بے نیازی اور شان استغنا کا اظہار کرنے کے لیے متامل اور کھنچے کھنچے نظر آتے ہیں۔ اخبار نویس کو چاہیے کہ اس انسانی کمزوری کا احترام کرے اور تھوڑا سا اصرار کر لے۔ بعض لوگ سچ مچ محسوس کرتے ہیں کہ اگر انٹرویو دیا تو وہ گھاٹے میں رہیں گے یا پھنس جائیں گے۔ انھیں یقین دلانا ضروری ہے کہ انٹرویو سے ایسا کوئی نتیجہ برآمد نہیں ہو گا۔ بعض لوگ بے ڈھب قسم کے ہوتے ہیں اور کسی صورت نہیں مانتے لیکن یہاں بھی حوصلہ ہارنے کی ضرورت نہیں کیونکہ ایسے حربے بھی موجود ہیں جو اس قسم کی صورت حالات میں "اکسیر" اور "تیر بہدف" ثابت ہوتے ہیں۔ ایسے شخص سے کہیے کہ مجھے معتبر

ذرائع سے معلوم ہؤا ہے کہ فلاں مسئلے پر آپ کی رائے یہ ہے اور یہاں اُس سے کوئی ایسی سراسر غلط یا مبالغہ آمیز بات منسوب کردیجیئے جس کی اُسے فوراً تردید کرنی پڑے - ایسے میں وہ فوراً سوچے گا کہ غلط فہمیاں بڑھانے سے کہیں بہتر یہ ہے کہ اپنی پوزیشن واضح کر دی جائے اور یوں اخبارنویس کا مسئلہ حل ہو جائے گا - بہرحال ایسے لوگ بھی ہوتے ہیں جو کسی مرحلے پر مصلحتاً خاموش رہنا چاہتے ہیں اور اُنھیں خاموشی کا حق حاصل ہوتا ہے - ایسے میں نفسیاتی جتن کر دیکھیے لیکن اگر تلوں میں تیل نظر نہ آئے تو کنارہ کش ہو جانا احسن ہے -

انٹرویو لیتے وقت اخبارنویس کو نہ اتنا عجز و انکسار دکھانا چاہیے کہ وہ محض درویش ظاہر ہو نہ اتنی خودسری برتنی چاہیے کہ اس پر وکیل استغاثہ کا گمان ہو - ایک تو آداب محفل کی پابندی ہو دوسرے قدرتی اور بے ساختہ انداز میں باتیں کرے اور یاد رکھے کہ میں کس مقصد کے لیے آیا ہوں اور اس کی تکمیل ہی میں میری پیشہ‌ورانہ کامیابی کا راز مضمر ہے - تیسرے اِسے اس بات کا واضح احساس ہو کہ میں اپنے ''سمارٹ'' ہونے کا ثبوت فراہم کرنے کے لیے نہیں ، دوسرے سے معلومات اخذ کرنے آیا ہوں -

ہر انسان کو اپنی آواز سے محبت ہوتی ہے اور وہ چاہتا ہے خود بولتا چلا جائے اور دوسرے سنتے چلے جائیں - اخبار نویس بھی دوسرے انسانوں کی طرح اپنی آواز کے عشق میں مبتلا ہوتے ہیں لیکن اُن کے کام کی نوعیت ایسی ہے کہ اس جذبے اور کمزوری پر قابو پائے بغیر بات آگے نہیں بڑھتی - اُن کا فرض ہے کہ اپنی کمزوری کو بالائے طاق رکھیں اور جس شخص سے انٹرویو کریں اُس میں اس بنیادی کمزوری کی پوری طرح حوصلہ افزائی کریں تاکہ خبر کے لیے مواد حاصل ہو - انٹرویو کے آغاز میں اخبار نویس کو کچھ باتیں کرنی ہوتی ہیں تاکہ متعلقہ شخصیت کو موضوع کی طرف لایا جائے - جب اس میں کامیابی ہو تو پھر دوسرے کو بولنے دیجیے اور وقتاً فوقتاً سوال پوچھتے رہیں - مبہم بیانات کی وضاحت کراتے جائیں تاآنکہ گوہر مقصود ہاتھ آ جائے -

وقت کا خیال رکھنا بھی ضروری ہے - اخبار نویس ہو یا انٹرویو دینے والی شخصیت ، دونوں کا وقت قیمتی ہے - جب وقت مقرر ہو ، مثلاً پندرہ منٹ ، آدھ گھنٹہ یا ایک گھنٹہ ، تو اخبار نویس کا فرض ہے کہ تمام مطلوبہ باتیں وقت مقررہ کے اندر اندر پوچھ لے - کچھ شخصیتیں لمبی باتیں کرنے کی عادی ہوتی ہیں - وقت ہو تو انھیں سننے میں کوئی قباحت نہیں بلکہ فائدہ ہے کیونکہ غیر متعلقہ باتوں میں بھی کبھی کام کی بات آ جاتی ہے لیکن اگر وقت کی مقررہ حد کے اندر رہنا ہے تو اس بات کا انحصار اخبار نویس کی ہوشیاری پر ہے کہ وہ گفتگو کا رخ اُس طرف پھیر لے جو اس کو مطلوب ہے - لیکن یہ کام ڈھنگ سے ہونا چاہیے ، ایسا نہ ہو کہ انٹرویو دینے والا یہ سمجھے کہ میری باتوں میں دلچسپی نہیں لی گئی -

انٹرویو کی روداد قلمبند کرتے وقت اس بات کا پورا خیال رکھا جائے کہ کوئی غلط بات نہ منسوب ہو جائے - اگر کسی بیان کی صحت میں ذرا سا بھی شبہ ہو تو انٹرویو دینے والے کو فون کر کے تصدیق کر لی جائے - بعض لوگ ایسے ہوتے ہیں جو پہلے انٹرویو کے شوق میں آ کر بہت کچھ کہہ جاتے ہیں اور جب خبر چھپتی ہے تو وہ بیان دے ڈالتے ہیں کہ میں نے بات یوں نہیں کہی تھی - ایسے لوگوں سے انٹرویو کرتے وقت نوٹ لیتے رہنا مفید رہتا ہے بلکہ ہو سکے تو چند اقتباسات پر اُن کے دستخط بھی لیے جائیں تاکہ بعد میں مکرنے کی گنجائش نہ رہے -

بعض لوگ انٹرویو پر آمادگی ظاہر کرتے ہیں لیکن شرط یہ لگا دیتے ہیں کہ ہمارا نام نہ دیا جائے - جب معلومات اہمیت کی حامل ہوں تو اس پر معترض ہونے کی ضرورت نہیں - یہی معلومات "معتبر" حلقوں کے حوالے سے پیش کی جا سکتی ہیں -

خلاصہ

نوے فی صد خبروں کی بنیاد انٹرویو پر استوار ہوتی ہے کیونکہ اخبار نویس ہر واقعے کا مشاہدہ بہ نفس نفیس نہیں کر سکتا اور اُسے معلومات کے حصول کے لیے لوگوں سے ملنا ہوتا ہے لیکن ایسی ملاقاتوں کے لیے عموماً انٹرویو کا لفظ استعمال نہیں کیا جاتا -

رسمی انٹرویو کا بنیادی مقصد یہ ہوتا ہے کہ کسی مسئلے، یا واقعے یا رجحان پر اہل الرائے لوگوں کا نقطہ نگاہ معلوم کیا جائے۔ دوسرا مقصد یہ ہوتا ہے کہ قارئین کی دلچسپی کی باعث معلومات حاصل کی جائیں اور تیسرا یہ کہ کسی شخص کے خد و خال کا نقشہ کھینچا جائے۔

بنیادی مقصد کے حصول کے لیے مختلف شخصیات کے ''خبری انٹرویو'' لیے جاتے ہیں۔ ایسے انٹرویو گھروں میں، دفتروں میں، ریلوے سٹیشن پر، سوشل تقریبوں میں، بلکہ سر راہے بھی ممکن ہیں۔ ''معلوماتی انٹرویو'' وہ ہوتے ہیں جو غیر ملکی سیاحوں، غیر ممالک سے آنے والے شہریوں، کانفرنسوں میں شرکت کرنے والوں اور علم و فن کے کسی دائرے میں تخصص حاصل کرنے والوں سے کیے جاتے ہیں۔ رائے عامہ کے جائزے ''مذاکراتی ریڈیو'' کے روپ میں پیش کیے جاتے ہیں۔ ''شخصیتی انٹرویو'' فیچر کی شکل میں دیا جاتا ہے۔

انٹرویو کے فنی تقاضے یہ ہیں: مجلسی آداب اور پابندیٔ وقت کا خیال، شخصیت کے بارے میں ضروری معلومات کا حصول، سوالات کی تیاری، مختلف قسم کے لوگوں کو مختلف انداز میں انٹرویو پر آمادہ کرنا، خود کم باتیں کرنا اور دوسرے کی باتیں توجہ سے سننا، روداد لکھتے وقت صحت معلومات کا خاص خیال۔

سوالات

۱۔ ''نوے فی صد خبروں کی بنیاد انٹرویو پر استوار ہوتی ہے''، اس پر بحث کیجیے۔

۲۔ انٹرویو کی اقسام بتائیے اور ان کی تشریح کیجیے۔

۳۔ فرض کیجیے آپ سے کہا جاتا ہے کہ فلاں شخصیت پر ایک فیچر لکھیے۔ آپ اس کے لیے انٹرویو کیسے کریں گے اور کون کون سی معلومات کس طرح حاصل کریں گے؟

۴۔ اگر کوئی شخص انٹرویو دینے کو تیار نہ ہو تو اُسے اس پر آمادہ کرنے کے لیے آپ کیا کریں گے؟

۵- انٹرویو کے دوران میں نوٹ لینے چاہییں یا نہیں ؟ جو بھی صورت ہے اس کے حق میں دلائل پیش کریں -

۶- انٹرویو کے فنی تقاضوں پر سیر حاصل تبصرہ کیجیے -

خبر کی تحریر

جب کسی واقعہ کے بارے میں معلومات اکٹھی ہو جاتی ہیں تو خبر کی تحریر کا مرحلہ پیش آتا ہے اور اس میں بعض فنی پہلوؤں سے آگاہی ضروری ہے کیونکہ خبر کی تحریر کا انداز عام بیانیہ نثر کے انداز سے مختلف ہوتا ہے۔ اس کے نمایاں پہلو یہ ہیں:

(الف) عام بیانیہ نثر میں کسی واقعہ کی جزئیات تاریخی ترتیب سے پیش کی جاتی ہیں یعنی آغاز سے انجام تک ساری باتیں مسلسل واقعاتی ترتیب سے دی جاتی ہیں۔ اس کے برعکس خبر کے تمام امور اپنی اہمیت کے لحاظ سے بیان کیے جاتے ہیں۔

(ب) عام بیانیہ نثر میں نقطۂ عروج تحریر کے تقریباً آخر میں آتا ہے، خبر میں نقطۂ عروج کو اولیت دی جاتی ہے۔

(ج) عام بیانیہ نثر میں ساری داستان تدریجاً بے نقاب ہوتی ہے۔ اس کے مقابلے پر خبر میں ''ابتدائیہ'' یا ''تعارفیہ'' ["INTRO" or "LEAD"] کے ذریعے سے واقعہ کے نمایاں نقوش فوراً واضح ہو جاتے ہیں۔

(د) خبر میں تمام غیر ضروری تفاصیل حذف کر دی جاتی ہیں۔

مندرجہ ذیل مثال سے یہ فرق واضح ہو جاتے ہیں۔

عام بیانیہ نثر

''آج صبح تقریباً دس بجے ایک شخص انارکلی بازار کی دکان سیالکوٹ کلاتھ ہاؤس میں داخل ہؤا اور فرمائش کی کہ گرم کپڑے کے نمونے دکھائے جائیں۔ دکاندار نے کئی تھان کھول کر دکھائے لیکن گاہک

کو کوئی کپڑا پسند نہ آیا ۔ اُس نے کہا
یہ کیسی دکان‌داری ہے کہ کام کا ایک کپڑا
بھی موجود نہیں ۔ دکان دار بولا ، خریدنے
کی نیت نہ ہو تو یونہی کہتے ہیں ۔ اس پر
گاہک کو غصہ آ گیا ۔ اُس نے گالی دی ۔
دکان‌دار نے بھی جواب میں گالی دی ۔
گاہک نے چشم‌زدن میں چھرا نکالا اور
اس کی پیٹھ میں گھونپ دیا ۔ دکان‌دار کے
بیٹے نے چیخ پکار کی اور اُس کا تعاقب کیا
لیکن مبینہ قاتل چھرا لہراتے بھاگ نکلا ۔
لوگوں نے فوراً دکان‌دار کو ہسپتال پہنچایا
لیکن وہ طبی‌امداد ملنے سے پہلے ہی فوت
ہوگیا ۔ پولیس تھوڑے وقت بعد جائےواردات
پر پہنچی اور تفتیش شروع کر دی ۔ ابھی
تک کوئی گرفتاری نہیں ہوئی'' ۔

اب یہی واقعہ خبر کے روپ میں ملاحظہ ہو :

''آج دن دہاڑے انار کلی بازار میں
ایک دکان‌دار گاہک کے ہاتھوں مارا گیا ۔
اور مبینہ قاتل چھرا لہراتے بھاگ
نکلا ۔

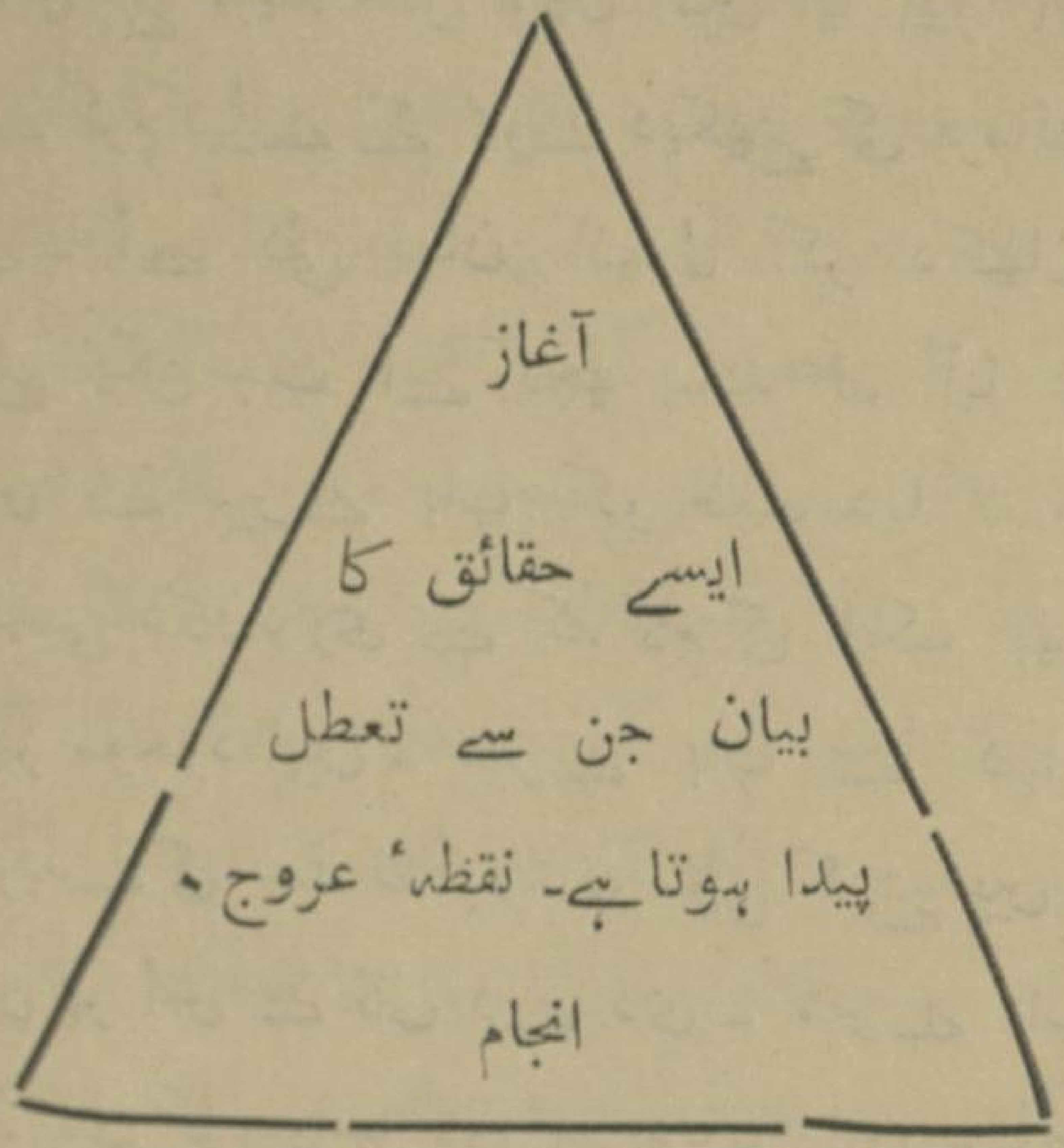
''بیان کیا جاتا ہے کہ سیالکوٹ کلاتھ ہاؤس
کے مالک محمد دین سے ایک گاہک کی تکرار
نے ایسی صورت اختیار کر لی کہ گاہک نے
اُس کی پیٹھ میں چھرا گھونپ دیا ۔ وہ
لڑکھڑا کر گرا ۔ اُسے فوراً ہسپتال پہنچایا
گیا لیکن طبی‌امداد پہنچنے سے پیشتر ہی
اُس نے اپنی جان ہار دی ۔

''دکان دار کے بیٹے نے بتایا کہ صبح تقریباً دس بجے مبینہ قاتل دکان میں آیا اور اُس نے گرم کپڑے کے نمونے دیکھنے کی فرمائش کی۔ اُسے کئی تھان کھول کر دکھائے گئے لیکن جب اُسے کچھ پسند نہ آیا تو اُس نے میرے باپ کو طعنہ دیا کہ یہ کیسی دکان‌داری ہے کہ کام کی ایک بھی چیز موجود نہیں۔ میرے باپ نے کہا، خریدنے کی نیت نہ ہو تو یہی کہتے ہیں۔ اس پر اُس نے گالی دے دی۔ میرے باپ نے گالی کا جواب گالی سے دیا۔ اس پر اُس نے چھرا گھونپ دیا اور میرا باپ لڑکھڑا کر گر پڑا۔ میں نے قاتل کو پکڑنے کی کوشش کی لیکن وہ چھرا لہراتے ہوئے بھاگ نکلا۔

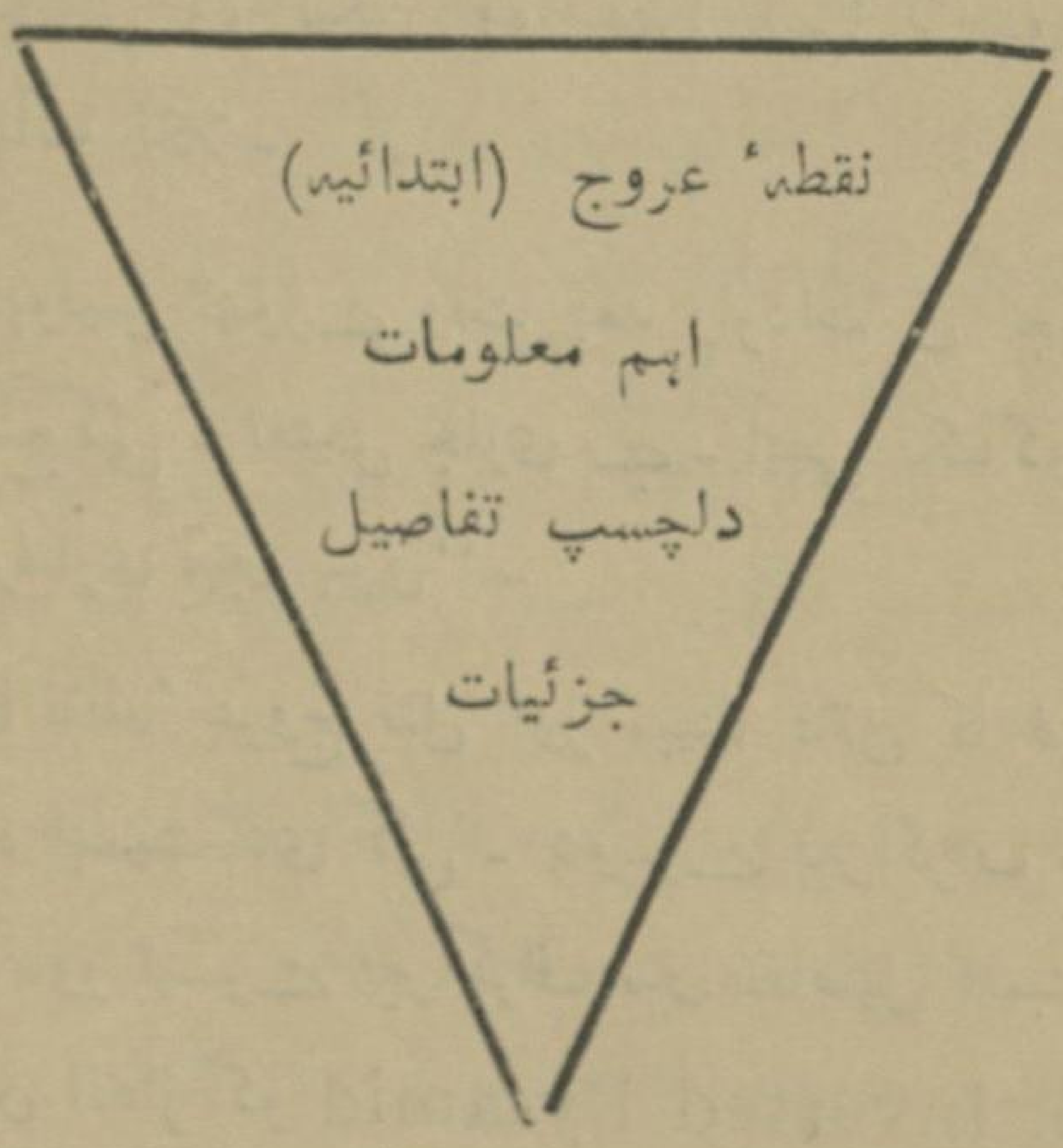
''پولیس تھوڑے وقت بعد واردات کی جگہ پہنچ گئی۔ تفتیش جاری ہے۔ ابھی تک کوئی گرفتاری نہیں ہوئی''۔

اس واقعہ کا نقطۂ عروج قتل اور مبینہ قاتل کا فرار ہے، اس لیے اِسے سب سے زیادہ اہمیت دی گئی۔ دوسرے پیراگراف میں اہم معلومات پیش کر دی گئیں اور تیسرے پیراگراف میں تفاصیل قلمبند کر دی گئیں۔ خبر لکھنے کے اس انداز کو Inverted Pyramid (مثلث معکوس یا اُلٹی تکون) کا انداز کہتے ہیں۔ ذیل کے خاکوں سے بات اور واضح ہو جاتی ہے:

عام بیانیہ نثر

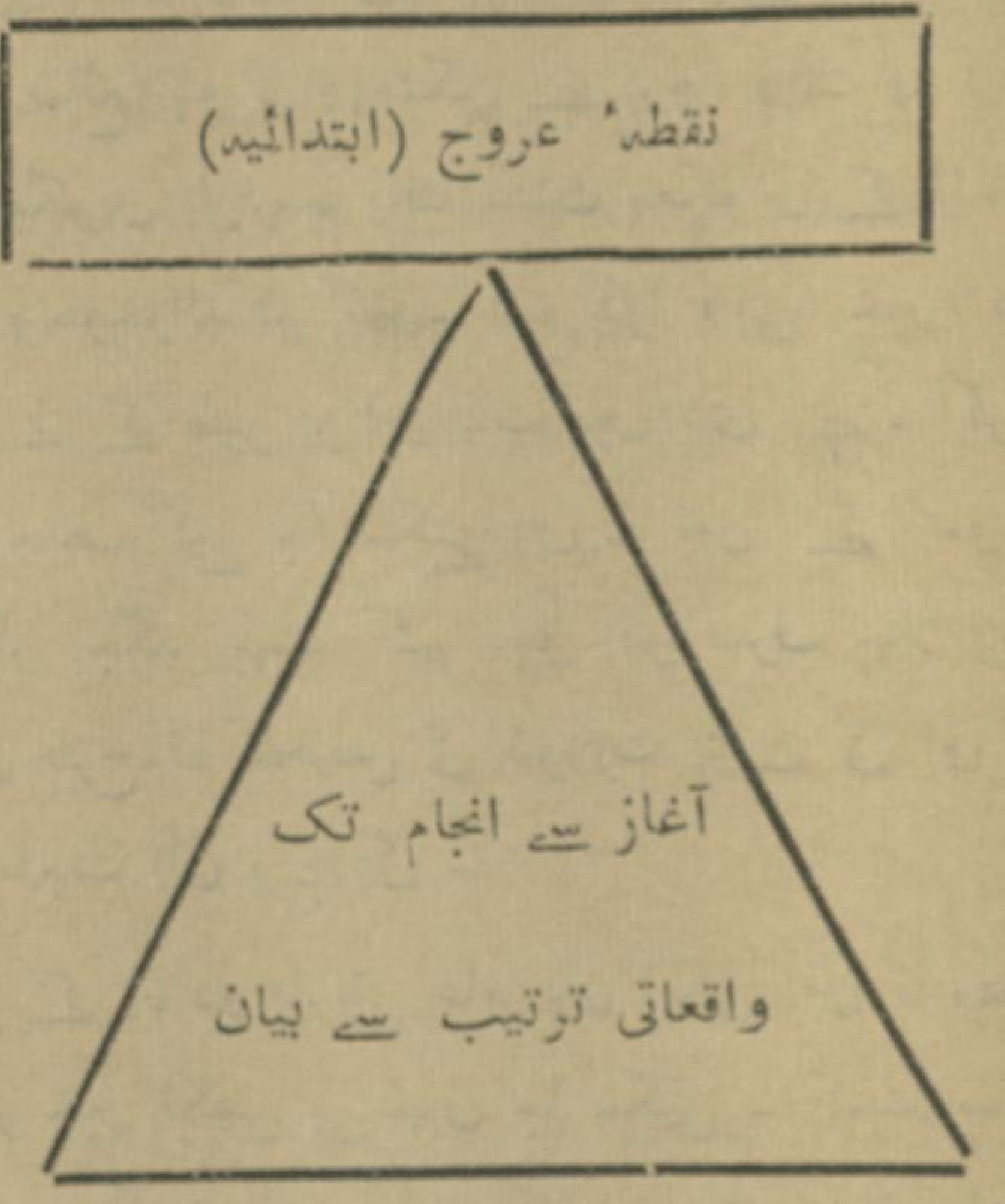


خبر کا روپ (مثلث معکوس)



اس کے علاوہ بھی خبر پیش کرنے کا ایک طریقہ ہے - اسے ترمیم یافتہ مثلث معکوس (Modified Inverted Pyramid) کہتے ہیں - یہ عام بیانیہ نثر کے انداز اور مثلث معکوس کے انداز کا ایک امتزاج ہوتا ہے -

اس میں پہلے پیراگراف میں تو نقطۂ عروج ہی ''ابتدائیہ'' Intro کے روپ میں دیا جاتا ہے لیکن اس کے بعد سارا واقعہ عام بیانیہ نثر میں لکھ دیا جاتا ہے - گویا اس کا خاکہ یوں بنے گا :



اب ہمیں یہ دیکھنا ہے کہ خبر کی تحریر کے یہ طریقے کیوں اختیار کیے جاتے ہیں - اس کی ایک وجہ تو یہ ہے کہ یہ قدرتی امر ہے کہ جب کسی کو کوئی واقعہ سنایا جاتا ہے تو پہلے اس کی انتہا سے باخبر کیا جاتا ہے - اُس کے بعد باتوں باتوں میں باقی امور واضح کیے جاتے ہیں - دوسری وجہ یہ ہے کہ آج کے قارئین بےحد مصروف ہوتے ہیں - کچھ لوگ صرف سرخیاں ہی پڑھ لیتے ہیں ، کچھ لوگ ایسے بھی ہوتے ہیں جو موٹی موٹی باتیں جاننا چاہتے ہیں - اُن کے لیے ''ابتدائیہ'' کافی رہتا ہے کیوں کہ اس میں عام طور پر ساری خبر کا عطر کھنچا ہوتا ہے اور جنھیں زیادہ فرصت ہے وہ تفاصیل بھی پڑھ سکتے ہیں - اس طرح اخبار کا مطالعہ ہر قسم کے لوگ کر سکتے ہیں - تیسری وجہ یہ ہے کہ اس سے کاپی جوڑتے وقت یا صفحے کا میک اپ کرتے وقت اخبارنویسوں کو آسانی رہتی ہے - فرض

کیجیے آخری وقت پر دو تین اہم خبریں اچانک آ جاتی ہیں۔ جگہ کم ہے لیکن ساری خبریں دینا ضروری ہے۔ اگر خبروں کی تحریر عام بیانیہ نثر کے انداز میں ہو تو پھر ہر خبر کی تلخیص ضروری ہو گی۔ اس پر وقت صرف ہوگا۔ پھر تلخیص شدہ خبروں کی کتابت یا کمپوزنگ دوبارہ کرنی پڑے گی۔ اس سے اور وقت ضائع ہو گا اور ممکن ہے پرچہ وقت پر تیار نہ ہو سکے۔ ایسے میں مثلث معکوس یا ترمیم یافتہ مثلث معکوس کے انداز مفید رہتے ہیں اول الذکر زیادہ اور موخرالذکر کم۔ اب ذرا وہی خبر دوبارہ دیکھیے۔ جو ہم نے نمونے کے طور پر اس باب میں دی ہے۔ اگر جگہ کم ہو تو آخری دو پیرے حذف کیے جا سکتے ہیں۔ اس کے باوجود خبر مکمل رہے گی اور اگر جگہ بہت کم ہو تو صرف پہلا پیراگراف بھی کافی رہ سکتا ہے۔ اس طرح نہ تلخیص کی ضرورت پڑے گی اور نہ دوبارہ کتابت یا کمپوزنگ کی حاجت باقی رہے گی۔

خبر لکھنے کے یہ دو طریقے عام ہیں لیکن اس کا مطلب یہ نہیں کہ ان سے باہر رہ کر خبر لکھی ہی نہیں جا سکتی۔ کہنہ مشق اور تجربہ‌کار اخبارنویس اس سے گریز بھی کر سکتے ہیں اور بعض اوقات اس سے خبر کی دل‌کشی میں اضافہ بھی ہو جاتا ہے۔ مثلاً جب کسی خبر کو فیچر کے انداز میں پیش کرنا ہو تو ان طریقوں سے گریز مفید رہتا ہے۔ بہرحال عام خبروں کی پیشکش میں یہی دو طریقے رائج ہیں اور یہ اُن لوگوں کے لیے بہت آسانی پیدا کرتے ہیں جو نوآموز ہیں یا فن صحافت میں زیادہ ماہر نہیں ہیں۔

خبر کے دو بڑے اجزائے ترکیبی ہوتے ہیں۔

اول : ابتدائیہ

دوم : متن Body

دونوں کی تحریر میں بعض فنی پہلوؤں کو پیش‌نظر رکھنا ہوتا ہے۔ اس لیے ہم دونوں کے بارے میں قدرے مفصل معلومات پیش کریں گے۔

ابتدائیہ

انگریزی زبان میں ''ابتدائیہ'' کے لیے دو اصطلاحیں عام ہیں ۔ ایک ''Intro'' یعنی تعارفی پیرا ، دوسرے ''Lead'' یعنی وہ پیرا جو خبر کے بارے میں رہنمائی کرتا ہے ۔ یہ دونوں الفاظ اردو اخباروں میں بھی رائج ہیں ۔ ابتدائیہ کسی خبر کے اُس پہلے فقرے یا پیرے کو کہتے ہیں جس میں پوری خبر کا خلاصہ دے دیا جاتا ہے ۔ یہاں یہ سوال پیدا ہوتا ہے کہ پوری خبر کسے کہتے ہیں ۔ کسی نا معلوم واقعہ کو معلوم کرنے کے لیے انسان چھ چھوٹے چھوٹے سوال پوچھ سکتا ہے :

کون ؟
کیا ؟
کب ؟
کہاں ؟
کیوں ؟
کیسے ؟

ان سب سوالات کا جواب مل جائے تو پوری خبر بن جاتی ہے اور اسی کے خلاصے کا نام ''ابتدائیہ'' ہے ۔ اس میں کچھ مستثنیات بھی ہیں جن کا ذکر بعد میں ہوگا ۔ فی‌الحال ابتدائیہ کی تکنیک کو جاننے کے لیے ہم اس مطالعہ کو دو حصوں میں تقسیم کریں گے :

الف : سادہ خبر کا ابتدائیہ
ب : پیچیدہ خبر کا ابتدائیہ

سادہ خبر اُس خبر کو کہتے ہیں جس میں صرف ایک سادہ واقعہ قلمبند کیا گیا ہو ۔ اس کے برعکس پیچیدہ خبر وہ ہے جس میں ایک سے زیادہ واقعات کا احاطہ کیا جائے یا جس میں کسی ایک واقعہ کے ایک سے زیادہ پہلو اہمیت کے حامل ہوں ۔

سادہ خبر کا ابتدائیہ

جیسا کہ پہلے بیان ہو چکا ہے ابتدائیہ چھ سوالوں کے جواب پر مشتمل ہوتا ہے ۔ یہ چھ سوال ہیں کون ، کیا ، کب ، کہاں ،

کیوں، کیسے؟ ان چھ عناصر میں سے اکثر ایک عنصر دوسروں سے زیادہ اہمیت رکھتا ہے۔ چنانچہ ابتدائیہ میں اس کو فوقیت حاصل ہوتی ہے اور صحافتی زبان میں اسے Play-up یا نمایاں کیا جاتا ہے۔ گویا سادہ خبر کے ابتدائیے کی چھ قسمیں رائج ہیں۔ انھیں ہم مثالوں سے واضح کرتے ہیں:

۱۔ **کون ؟ :** جب خبر سے تعلق رکھنے والا شخص مشہور آدمی ہو تو ابتدائیہ میں اُسے نمایاں کیا جاتا ہے مثلاً

مولانا محمد حسن صدر مجلس تحفظ پاکستان آج موٹر کے ایک حادثے میں ہلاک ہو گئے۔''

۲۔ کیا ؟ **:** جب شخص اہم نہ ہو اور واقعہ بذات خود اہم ہو تو ابتدائیہ یہ روپ لیتا ہے۔

''**خودکشی** کی مبینہ نیت سے **دریا میں چھلانگ** لگانے والے ایک نوجوان کو بے ہوشی کی حالت میں آج صبح میوہسپتال میں پہنچایاگیا''۔

۳۔ **کب ؟ :** کبھی وقت کی بھی اہمیت ہوتی ہے مثلاً

''**دن دھاڑے** انارکلی بازار میں آج ایک دکان دار گاہک کے ہاتھوں مارا گیا۔''

۴۔ کہاں ؟ **:**

''**لوھاری منڈی کے بارونق چوک میں** آج شام دو گروہوں کے درمیان تصادم کے دوران میں تین نوجوان زخمی ہوئے۔''

۵۔ کیوں ؟ **:**

''**اپنی بیمار ماں کو دوائی پہنچانے میں جلدی کی وجہ سے** آج بعد دوپہر **ایک شخص کار کے نیچے آ** کر جان سے ہاتھ دھو بیٹھا۔''

۶- کیسے ؟ :

''دو گروہوں کے درمیان تصادم میں آج سہ پہر
پیسہ اخبار سٹریٹ کا ایک نوجوان موت سے
ہمکنار ہو گیا ۔''

نوآموز نامہ‌نگاروں کو یاد رکھنا چاہیے کہ ابتدائیہ جتنا مختصر ہو اُتنا ہی اچھا رہتا ہے - اس میں زیادہ معلومات ٹھونسنے کی ضرورت نہیں کیونکہ اُنھیں بہرحال متن میں آنا ہے ۔ اگر ان چھ عناصر میں سے کوئی بھی زیادہ اہم نہ ہو تو ''کون ؟'' کو ابتدائیہ کا موضوع بنا لینا مناسب رہتا ہے - بہرحال اگر نام دیا جائے تو اُس کی شناخت بھی ضروری ہے مثلاً واپڈا کا ملازم حامد حسن ، کارخانے کا ایک مزدور علی محمد وغیرہ اور جب وہ شخص مشہور ہو تو اُس کا عہدہ دیا جائے ۔ اگر دو عناصر برابر اہمیت کے حامل ہوں تو ان دونوں کو نمایاں کرنے سے یہ بہتر ہے کہ ان میں سے ایک عنصر کو چن کر نمایاں کر دیا جائے ۔ اگر ایک فقرے میں تلخیص سے اُلجھاؤ کا اندیشہ ہو تو ابتدائیہ میں دو فقرے دے دیے جائیں ۔

پیچیدہ خبر کا ابتدائیہ

پیچیدہ خبر میں ایک سے زیادہ واقعات یا پہلوؤں کا احاطہ کیا جاتا ہے اور بعض اوقات یہ سب برابر اہمیت کے حامل ہوتے ہیں - ان کا ابتدائیہ لکھنے کے دو بنیادی طریقے موجود ہیں -

اول : تلخیصی ابتدائیہ Summary lead

دوم : نمایاں نقش کا ابتدائیہ Salient-feature lead

تلخیصی ابتدائیہ : اس قسم کے ابتدائیہ میں تمام پہلو ایک پیراگراف میں دیے جاتے ہیں لیکن ان کی ترتیب اہمیت کے مطابق ہوتی ہے - یعنی سب سے اہم پہلو پہلے آتا ہے پھر اس سے کم اہم اور اس کے بعد اس سے بھی کم تر اہمیت کا حامل پہلو دیا جاتا ہے ۔ اس کی ایک مثال واضح ہو:

''گورنر مغربی پاکستان ملک امیر محمد خاں
نے کہا ہے کہ اس وقت دفاعی تیاریوں کو
تمام امور پر فوقیت حاصل ہے اور دفاعی

ضرورتوں کو ہر قیمت پر پورا کیا جائے گا ۔ گورنر ملک امیر محمد خان نے جو ریڈیو پاکستان سے اپنی ماہانہ تقریر نشر کر رہے تھے ، کہا کہ دشمن کے ناپاک حملے کا ایک اہم مقصد یہ تھا کہ پاکستان کے اقتصادی نظام کو کمزور کیا جائے ۔ اس مقصد کے لیے اب بھارت نے پاکستانی نہروں کا پانی بند کر دیا ہے لیکن ہمیں دشمن پر یہ بات واضح کر دینی ہے کہ وہ اس قسم کے ہتھکنڈوں سے پاکستان کو ہراساں اور مرعوب نہیں کر سکتا ۔ ملک امیر محمد خان نے کہا کہ اس وقت ہمارا سب سے اہم مقصد ہے باعزت آزادی اور محفوظ مستقبل ، اور اس مقصد کو حاصل کرنے کے لیے ہمیں طویل عرصے تک جدوجہد کرنا ہوگی۔ اور انتہائی صبروضبط اور محنت و ایثار سے کام لینا ہوگا ۔ اِس وقت ہمارا قومی فرض یہ ہے کہ کفایت اور قناعت کو اپنا شعار بنائیں اور جہاں تک ممکن ہو ، سادگی اختیار کریں ۔"

نمایاں نقش کا ابتدائیہ

اگر کسی پہلودار خبر کا ایک پہلو دوسرے پہلوؤں کے مقابلے پر بہت زیادہ اہم ہے اور وہ امتیازی سلوک کا مستحق ہے تو ایسی صورت میں ابتدائیہ کو دو حصوں میں تقسیم کر دیا جاتا ہے :

۱۔ نمایاں نقش کا ابتدائیہ

۲۔ ثانوی ابتدائیہ (اس میں ایک سے زیادہ پیرے بھی ہو سکتے ہیں)

مثال ملاحظہ ہو :

''صدر محمد ایوب خاں نے بتایا ہے کہ مشرق اور مغربی پاکستان کے درمیان آمدورفت کی قابل اعتماد سہولتیں برقرار رکھنے کے لیے ایک نیا فضائی راستہ کھولا جائے گا۔ واضح رہے کہ بھارت اور پاکستان کی جنگ کے دوران میں بھارت نے اپنے علاقے پر ڈھاکہ اور مغربی پاکستان کے درمیان پی آئی اے کی پرواز کی اجازت نہیں دی تھی اور جنگ کے بعد سے اب تک پی آئی اے کے طیارے کولمبو کے راستے پرواز کر رہے ہیں اور اس سے آمد و رفت میں کافی مشکل محسوس کی جا رہی ہے۔

''صدر ایوب نے کہا کہ مسئلہ کشمیر کو رائے شماری کی بنا پر ہی حل کیا جا سکتا ہے۔ اُنھوں نے اعلان کیا کہ پاکستان کے عوام نے کشمیریوں کو یہ حق دلانے کا وعدہ کیا ہے اور وہ اس وعدہ کو پورا کریں گے۔''

''صدر محمد ایوب خاں نے ، جو آج قومی اسمبلی کی مسلم‌لیگ پارٹی کے اجلاس سے خطاب کر رہے تھے ، بھارت اور پاکستان کی جنگ ، اس کا پس‌منظر اور پاکستان کی دفاعی تیاریوں پر تفصیل کے ساتھ روشنی ڈالی۔ صدر ایوب نے کہا ، خدا کے فضل و کرم سے آج پاکستان پہلے سے زیادہ مضبوط اور متحد ہے اور اس جنگ میں

پاکستان نے جو کامیابیاں حاصل کی
ہیں ، انشاءاللہ وہ مستقل کامیابیاں ثابت
ہوگی ۔''

ابتدائیہ کے دوسرے روپ

ابتدائیہ کے کچھ اور روپ بھی رائج ہیں جن سے اخبار کی دل چسپی اور تنوع میں اضافہ ہوتا ہے ۔ ان کی مختصر کیفیت درج ذیل ہے :

۱۔ **اقتباس :** براہ راست اقتباس اگر مختصر ہو تو اس سے ابتدائیہ میں جان پڑ جاتی ہے ۔ مثلاً

''ہم سامراج کو شکست دے کر رہیں گے''۔
اس عزم کا اظہار آج صدر متحدہ عرب جمہوریہ
جمال عبدالناصر نے قاہرہ کے ایک عظیم الشان
جلسے میں کیا ۔

۲۔ **سوال :**

عام انتخابات کب ہوں گے ؟ یہی وہ مسئلہ
ہے جس پر آج کل سیاسی حلقوں میں گرما گرم
بحث ہو رہی ہے ۔

۳۔ **براہ راست خطاب :**

آج سے آپ بڑے شوق سے بجلی کے قمقمے
روشن کر سکتے ہیں کہ بلیک آؤٹ کا
حکم واپس لے لیا گیا ہے ۔

۴۔ **ادبی تلمیح :**

''ہرچند کہیں کہ ہے ، نہیں ہے'' غالب
کا یہ مصرعہ آج کل شہر میں پانی کی سپلائی
پر صادق آتا ہے کہ گرمی بڑھ رہی ہے اور
نلکے خشک ہو رہے ہیں ۔

۵۔ **بیانیہ :**

سائرن بجتے ہی شہر تاریکی میں ڈوب گیا ۔

سڑکیں سنسان ہو گئیں اور ہر طرف سناٹا
چھا گیا ۔

۶۔ "ایک دو تین" یا جدول : جب کسی واقعہ ، بیان ، تقریر یا پروگرام کے مختلف پہلوؤں کو ایک پیراگراف میں سمونا مناسب نہ ہو تو اُنھیں ایک دو تین کی صورت میں یا جدول کے روپ میں دے دیا جاتا ہے ۔ مثلاً

"کارپوریشن نے فیصلہ کیا ہے کہ اس سال :
۱۔ دس نئے ٹیوب ویل لگائے جائیں گے ۔
۲۔ چھ بیرونی بستیوں کے بازاروں میں روشنی کا بندوبست کیا جائے گا۔
۳۔ آگ بجھانے کے تین اور سٹیشن قائم ہوں گے ۔
۴۔ شہر کے تمام گندے حصوں کی صفائی کی جائے گی ۔
۵۔ ڈی ڈی ٹی کے چھڑکاؤ کا وسیع انتظام کیا جائے گا ۔"

۷۔ چوکھٹا : جب کسی بڑے مسئلے پر مفصل پالیسی کا اعلان ہو مثلاً خارجہ پالیسی یا درآمد اور برآمد کی پالیسی ، یا بجٹ چھاپا جائے یا اس قسم کا کوئی بڑا واقعہ پیش آئے تو اس کے نمایاں نقوش کو ایک چوکھٹے میں درج کر دیا جاتا ہے ۔ یہ چوکھٹا ابتدائیہ کے سہارے کا کام دیتا ہے ۔

اچھے ابتدائیہ کی پہچان یہ ہے کہ اِسے پڑھ کر طبیعت خودبخود مائل ہو کہ تفصیل کا بھی مطالعہ کیا جائے ۔ یہ اسی صورت میں ممکن ہے کہ ابتدائیہ :

(الف) پُرکشش ہو ۔ اس میں الفاظ سے تصویر کھینچی جائے ۔
(ب) اس انداز سے لکھا جائے کہ اس سے عوام کو دل چسپی ہو۔
(ج) زبان ایسی ہو کہ ابتدائیہ "بولتا ہؤا" معلوم ہو ۔
(د) الفاظ سادہ ہوں ۔
(ہ) ادبیت نہ چھانٹی جائے ۔
(و) تکنیکی الفاظ اور غیرمعروف اصطلاحات سے گریز کیا جائے ۔

(ز) اختصار سے کام لیا جائے۔
(ح) اگر فقرہ لمبا ہونے لگے تو بہتر ہے کہ مطالب دو چھوٹے چھوٹے فقروں میں ادا کر دیے جائیں۔
(ط) تحریر میں کوئی اُلجھاؤ یا پیچ نہ ہو۔
(ی) ضروری نہیں کہ ساری خبر کا مکمل خلاصہ بنایا جائے، صرف موٹی موٹی باتوں کا خلاصہ پیش کیا جائے۔

متن کا ڈھانچہ

ابتدائیہ لکھنے کے بعد متن لکھنے کا مرحلہ پیش آتا ہے۔ متن کے دو کام ہوتے ہیں:

اول: ابتدائیہ میں جس نمایاں نقش یا نقوش کا ذکر ہو، اس کی تشریح اور تفصیل مہیا کی جائے۔

دوم: وہ جزئیات بیان کی جائیں، جن کا ذکر ابتدائیہ میں تو نہیں ہؤا لیکن وہ خبر سے تعلق رکھتی ہیں۔

خبر کے ڈھانچے کے کچھ فنی پہلو ہوتے ہیں۔ ان سے تجربہ کار اخبار نویس تو کبھی کبھی انحراف کر لیتا ہے لیکن نو آموز اخبار نویسوں کے لیے ضروری ہے، کہ وہ ان پہلوؤں کو پیش نظر رکھیں تاکہ غلطی کا امکان باقی نہ رہے۔

۱ - اگر خبر سادہ ہو، تو ابتدائیہ کے بعد حسب ضرورت ایک دو یا تین پیروں میں تفاصیل بیان کر دی جائیں۔ بہتر یہ ہے، کہ تفاصیل کی ترتیب اہمیت کے اعتبار سے ہو۔

۲ - تلخیصی ابتدائیے میں جس ترتیب سے واقعات دیے ہوں، اُسی ترتیب سے ہر واقعہ یا پہلو پر ایک ایک تشریحی پیرا لکھ دیا جائے۔

۳ - نمایاں نقش کے ابتدائیے کے دو حصے ہوتے ہیں۔ پہلے میں نمایاں نقش کا بیان ہوتا ہے، دوسرا ثانوی ابتدائیہ کہلاتا ہے، اور اس میں باقی کے نقوش دیے جاتے ہیں۔ یہاں سب سے پہلے نمایاں نقش کی تشریح کی جائے، پھر ثانوی ابتدائیہ کی تفاصیل قلمبند

کی جائیں۔ بعض اوقات نمایاں پہلو اتنا اہم ہو جاتا ہے ، کہ اُس کے تشریحی پیرے فوراً شروع ہو جاتے ہیں ، اور جب نمایاں پہلو کی تشریح مکمل ہو جاتی ہے ، تو پھر ثانوی ابتدائیہ دیا جاتا ہے ، اور اس کے بعد اس کی تفاصیل قلمبند کر دی جاتی ہیں ۔

۴ - جب خبر بہت پیچیدہ ، لمبی اور پہلو دار ہو ، تو ہر دو تین یا چار پیروں کے بعد ایک ''ابتدائیہ'' آتا ہے ۔

۵ - حادثات ، آتشزدگی کے واقعات ، جرائم اور مقدمات میں بیانیہ عنصر غالب ہوتا ہے ۔ اس لیے ایسی خبروں میں پہلے تلخیصی ابتدائیہ دیا جاتا ہے ، اور اس کے بعد آغاز سے انجام تک ترتیب وار ساری داستان لکھ دی جاتی ہے ۔

۶ - اگر ایک خبر پہلے چھپ چکی ہو ، اور اس کی مزید تفاصیل آئیں ، تو اُن پر مشتمل خبر کو follow up کہتے ہیں ۔ اس کی تحریر کا طریقہ یہ ہے ، کہ پہلے تازہ ترین تفاصیل کا خلاصہ ابتدائیے میں دیا جاتا ہے ۔ اس کے بعد Tie-back یا Tie-in (پس منظر یا گزشتہ خبر) آتا ہے ۔ اس پیرے میں پہلے چھپی ہوئی خبر کا خلاصہ دیا جاتا ہے ، تاکہ جو لوگ اُسے بھول چکے ہوں یا پڑھ نہ سکے ہوں ، اُنھیں یاد دہانی ہو جائے ۔ اس کے بعد ابتدائیے کی تفاصیل لکھ دی جاتی ہیں ۔

۷ - جب اخبار کا ایڈیٹر دیکھتا ہے کہ ایک خبر ایسی اُس کے اخبار نے نہیں چھاپی اور دوسروں نے چھاپ دی ہے ، جس سے اُس کے قارئین کو باخبر رکھنا ضروری ہے ، تو وہ نامہ نگار سے کہتا ہے ، کہ وہ خبر کو دوبارہ اس انداز میں لکھے ، کہ نئی معلوم ہو ۔ نامہ نگار کی کوشش تو یہ ہوتی ہے کہ تھوڑی سی مزید معلومات حاصل کر کے اُنھیں نمایاں کرے اور باقی واقعہ اپنے الفاظ میں بیان کر دے ، اور اگر مزید معلومات دستیاب نہ ہوں ، تو اُسی واقعے کو نیا رنگ دے کر یوں لکھے ، کہ وہ نئی

خبر معلوم ہو - اس کے لیے Rewrite یا ”از سر نو تحریر“ کی اصطلاح رائج ہے - یہ تدبیر اور بھی کئی موقعوں پر اختیار کی جاتی ہے - مثلاً مفصلات کے بعض نامہ نگار اچھی خبریں تو فراہم کر دیتے ہیں لیکن اُنھیں لکھنے کا ڈھنگ نہیں آتا - ایسی خبروں کو دوبارہ لکھ لیا جاتا ہے -

تقریر کی خبر

کسی تقریر کی خبر لکھتے وقت نامہ نگار کے پیش نظر یہ امور ہوتے ہیں :

۱ - طویل تقریر کو چند مختصر پیروں میں سمو دیا جائے -
۲ - کوشش کی جائے کہ قارئین پر یہ خبر پڑھ کر وہی اثر ہو جو سامعین پر تقریر کا ہؤا ہو -
۳ - خبر کو دل چسپ بنایا جائے - اگر تقریر غیر دل چسپ ہے ، تو اس کا مطلب یہ نہیں ، کہ خبر بھی غیر دل چسپ ہو -
۴ - مقرر کے خیالات کو انصاف اور صحت کے ساتھ پیش کیا جائے۔

تقریری خبر کا ابتدائیہ : تقریر کی خبر کا ابتدائیہ کئی روپ لے سکتا ہے جن میں ایک روپ اقتباس کا ہے - اس میں یا تو پر کشش نعرہ دیا جاتا ہے جو مقرر حاضرین کو دے - مثلا ”ملیشیا کو کچل دو“ ”آزاد خارجہ پالیسی وقت کی اہم ضرورت ہے“ ، یا تقریر کا کوئی دل چسپ اور اہم فقرہ دے دیا جاتا ہے - اور اگر مقرر کوئی ایسی اہم بات کہے جس کے لیے پیراگراف کی ضرورت ہے ، تو پھر پورا پیرا دے دیا جاتا ہے - لیکن یہ ترکیب عام طور پر احسن نہیں سمجھی جاتی - بعض اوقات ایک مقرر بات تو اہم اور دل چسپ کرتا ہے ، لیکن اُس کی زبان اچھی نہیں ہوتی تو اُسی بات کو اخبار نویس اپنے الفاظ میں پیش کرتا ہے - اور ظاہر ہے ، ایسے میں اقتباس پر واوین نہیں دیے جاتے -

دوسرا روپ ”اسمی ابتدائیہ“ (Name Lead) کہلاتا ہے - اس کی تین صورتیں ہوتی ہیں :

اول : اگر مقرر مشہور شخصیت کا مالک ہو ، اور موضوع نسبتاً کم اہم ہو ، تو ابتدائیہ میں مقرر کے نام کو نمایاں کیا جاتا ہے -

دوم : اگر موضوع غیر معمولی نوعیت کا ہو ، یا عوامی اہمیت کا حامل ہو تو موضوع کو نمایاں کیا جاتا ہے -

سوم : اگر عنوان خیال افروز ہو ، ایکن تقریر درمیانہ درجہ کی ہو اور مقرر کا نام خاص مشہور نہ ہو تو عنوان کو نمایاں کیا جاتا ہے -

تیسرا روپ اتفاق ابتدائیہ (Circumstantial Lead) کہلاتا ہے- اس میں اُن اتفاق حالات کو نمایاں کیا جاتا ہے جن میں تقریر ہوئی ہو - مثلاً کوئی گڑبڑ ہو جاتی ہے - حاضرین کا ایک گروہ شدید اختلاف رائے کا اظہار کرتا ہے ، یا مقرر کا استقبال غیر معمولی زور شور سے ہوتا ہے -

چوتھا روپ ''بازگشت ابتدائیہ'' (Tie-in Lead) کے نام سے مشہور ہے - اس کے استعمال کا وقت تب آتا ہے جب کوئی مقرر کسی اور کے بیان کی تردید کرتا ہے ، یا کسی مطالبہ پر نکتہ چینی کرتا ہے - مثلاً

> ''مالیے میں پچاس فی صدی کمی کے مطالبہ کی مذمت کرتے ہوئے آج نیشنل اسمبلی کے رکن مسٹر عزیز احمد نے اس رائے کا اظہار کیا ، کہ اگر یہ مطالبہ منظور ہو گیا تو بہت سے رفاہی کام رک جائیں گے-''

تقریری خبر کا ڈھانچہ : تقریری خبر کے ڈھانچے کے لیے کوئی لگے بندھے اُصول موجود نہیں ہیں - بہرحال اگر ایک دل چسپ موضوع پر کسی نامی گرامی شخصیت کی تقریر ہو تو اس کے اجزائے ترکیبی یہ ہو سکتے ہیں :-

اول : ابتدائیہ ، جس میں نمایاں ترین پہلو کا ذکر ہو -

دوم : ثانوی ابتدائیہ ، جس میں باقی نکات کا خلاصہ دیا جائے -

سوم : ''ضروری معلومات'' یا Catch-all کا پیرا ، جس میں بتایا جائے کہ جلسہ کس انجمن کے اہتمام میں ہؤا اور کہاں ہوا -

چہارم : حصہ اول کی تفاصیل - پیروں کی تعداد کا انحصار موضوع اور متن پر ہوگا -

پنجم : ثانوی ابتدائیہ کی تفاصیل

Catch-all کا فائدہ یہ ہوتا ہے کہ اگر جگہ کی قلت کی وجہ سے حصہ چہارم اور پنجم کو حذف بھی کرنا پڑے تو اس کے باوجود خبر مکمل رہتی ہے -

جلسوں اور کانفرنسوں کی خبریں

تقریر کے مقابلے پر کسی جلسے یا کانفرنس کی نامہ نگاری زیادہ مشکل ہوتی ہے کیوں کہ اس میں کام کے زیادہ پہلو ہوتے ہیں - بہر حال اگر طریقے کے مطابق کام کیا جائے تو دقتوں پر قابو پانا آسان ہے -

اس قسم کی نامہ نگاری میں دو طرح کی خبریں شامل ہوتی ہیں :-

اول : پیشگی خبر یا اعلان (Advance Story)

دوم : روداد

جلسے کے اعلان میں یہ بتایا جاتا ہے کہ یہ کس جماعت کے اہتمام میں ہو رہا ہے - کب کس وقت اور کہاں ہو رہا ہے - مقصد کیا ہے - صدارت کون کرے گا اور مقررین کے نام کیا ہیں - کانفرنس کی بھی پیشگی خبر تقریباً اسی قسم کی ہوتی ہے - لیکن اگر بڑی کانفرنس ہو تو پیشگی خبروں کی تعداد بڑھ جاتی ہے - مثلاً کسی خبر میں بتایا جاتا ہے کہ کتنے مندوبین شرکت کریں گے اور وہ کہاں کہاں سے آ رہے ہیں - اہم مندوبین کے نام بھی دیے جاتے ہیں - کانفرنس کی تیاری کے بارے میں بھی خبریں دی جاتی ہیں اور ایسی خبر بھی دی جاتی ہے کہ اس میں کون کون سے مسائل پر غور ہوگا - ایسی تمام خبریں کانفرنس کے کسی عہدہ دار یا افسر تعلقات عامہ سے مل جاتی ہیں ، اور عام طور پر ان کے حصول کے لیے خاص اہتمام کی ضرورت پیش نہیں آتی - کیوں کہ کانفرنس کے داعی خود خبریں بھیج دیتے ہیں - بہر حال اگر وہ نہ بھیجیں تو ان کا حاصل کرنا نامہ نگار کا اپنا فرض ہے -

عام جلسے کی کارروائی رپورٹ کرنے کے لیے نامہ نگار پروگرام حاصل

کرتا ہے ۔ اگر قراردادیں پیش ہوئی ہوں تو اُن کی نقل لے لیتا ہے ۔ اگر صدارتی خطبہ مطبوعہ ہو تو اس کی کاپی لے لیتا ہے ۔ لیکن اس کے باوجود جلسے یا کانفرنس میں موجود رہتا ہے ۔ کیوں کہ عین ممکن ہے ، کہ صدر اپنے خطبے میں کچھ اہم باتیں زبانی بھی کہہ دے ۔ پھر تقریروں کے نوٹ لینے ہوتے ہیں ۔ حاضری کا اندازہ کرنا ہوتا ہے ۔ قراردادوں میں ممکنہ ترامیم کے بارے میں معلومات حاصل کرنی ہوتی ہیں ۔ کانفرنس کے کسی ایک اجلاس کی خبر کا ڈھانچہ اس طرح بن سکتا ہے :—

۱ ۔ ابتدائیہ ۔

۲ ۔ باقی کارروائی کا خلاصہ ۔

۳ ۔ تفاصیل ۔

یا پہلے ابتدائیہ دیا جائے ۔ پھر اُس کی تفصیل قلمبند کر لی جائے اور آخر میں باقی کارروائی دی جائے ۔ اگر خبر لمبی ہو تو اس ڈھانچے کی صورت یہ ہو سکتی ہے :—

۱ ۔ ابتدائیہ ، ایک یا دو پیرے ۔

۲ ۔ قرار دادوں کا ملخص ، ایک پیرے میں ۔

۳ ۔ تقاریر کا خلاصہ ایک پیرے میں ۔

۴ ۔ Catch-all یا بنیادی معلومات ۔

۵ ۔ ابتدائیہ کی تفصیل ۔

۶ ۔ نمبر ۲ کی تفصیل ۔

۷ ۔ نمبر ۳ کی تفصیل ۔

خلاصه

خبر کی تحریر کا انداز عام بیانیہ نثر کے انداز سے مختلف ہوتا ہے ۔ اس میں نقطۂ عروج پہلے آتا ہے اور ابتدایے میں نمایاں نقوش فوراً واضح ہو جاتے ہیں ، اور بعد میں تفاصیل دی جاتی ہیں ۔ اس طریقہ تحریر کو مثلثِ معکوس کہتے ہیں ، جس کی ایک اور قسم ترمیم یافتہ مثلثِ معکوس کہلاتی ہے اس کا فائدہ یہ ہوتا ہے کہ کم فرصت والے قارئین ابتدائیہ پڑھ کر ہی خبر سے آگاہ ہو جاتے ہیں اور اخبار نویسوں کو یہ فائدہ ہوتا

ہے کہ اچانک زیادہ ضروری خبریں آنے پر وہ پہلے سے لکھی ہوئی خبروں کی تلخیص کی بجائے محض نچلے حصے حذف کر دیتے ہیں۔

ابتدائیہ میں کون کیا، کب، کہاں، کیوں اور کیسے کا جواب دیا جاتا ہے اور اُن میں جو پہلو زیادہ اہم ہو اُسے نمایاں کر دیا جاتا ہے۔ پیچیدہ خبروں کے ابتدائیہ کی دو بنیادی قسمیں ہیں۔ تلخیصی ابتدائیہ اور نمایاں نقش کا ابتدائیہ۔ ابتدائیہ کے دوسرے روپ یہ ہیں۔ اقتباس، سوال، براہ راست خطاب، ادبی تلمیح، بیانیہ، ایک دو تین یا جدول اور چوکھٹا۔

ابتدائیہ کے بعد متن لکھنے کی باری آتی ہے اس میں ابتدائیہ کی تفصیل بیان کی جاتی ہے۔ نیز وہ جزئیات بھی دی جاتی ہیں۔ جو ابتدائیہ میں شامل نہیں ہوتیں۔ مختلف قسم کی خبروں کے ڈھانچے مختلف انداز میں بنائے جاتے ہیں۔

تقریری خبر کی تحریر کا بنیادی تقاضا یہ ہے کہ وہ تقریر کے غیر دل چسپ ہونے کے باوجود دل چسپ ہو اور اس کا اثر قارئین پر وہی ہو جو سامعین پر ہؤا ہو۔ جلسوں اور کانفرنسوں کی رپورٹنگ کا کام زیادہ مشکل ہوتا ہے لیکن اگر فنی تقاضے سامنے رکھے جائیں تو آسانی پیدا ہو جاتی ہے۔

سوالات

۱ - خبر کی تحریر کے انداز اور عام بیانیہ نثر کے انداز میں کیا فرق ہوتا ہے۔ تفصیل سے واضح کیجیے۔

۲ - مثلث معکوس اور ترمیم یافتہ مثلث معکوس سے کیا مراد ہے؟

۳ - خبر کی تحریر کے مخصوص انداز کے کون کون سے فائدے ہیں؟

۴ - ابتدائیہ کسے کہتے ہیں؟

۵ - سادہ خبر کے ابتدائیہ کے مختلف روپ مثالوں سے واضح کیجیے؟

۶ - پیچیدہ خبر کے ابتدائیہ کے مختلف روپ کون کون سے ہیں، اور اُنھیں کس کس صورت میں بروئے کار لایا جاتا ہے؟

۷ - متن کے ڈھانچے کے کون کون سے انداز عام طور پر اختیار کیے جاتے ہیں ؟

۸ - تقریر کی خبر لکھنے کے تقاضے کون کون سے ہیں ؟

۹ - جلسوں اور کانفرنسوں کی خبریں لکھنے کی تکنیک پر روشنی ڈالیے -

خبروں کی ادارت

جب صحافت کا آغاز ہؤا تو ایک طرف پڑھنے والوں کی تعداد بہت کم تھی ، دوسری طرف مواد کی قلت دامن گیر تھی - اس لیے اخبار کے دفتر میں جو مواد چھپنے کے لیے آتا اُس میں معمولی قطع و برید اور تصحیح کے بعد ایڈیٹر کا کوئی کام باقی نہیں رہتا تھا - یک کالمی بے رنگ سرخیاں ، لمبے پیراگراف، غیر دل چسپ مواد - یہ تھے وہ عناصر ، جن سے صحافت عبارت تھی - جب پڑھنے والوں کی تعداد بڑھی تو اخبارات نے نئی کروٹ لی - خبروں کی ادارت میں دل چسپی کے سامان پیدا ہوئے اور کوشش کی گئی کہ قارئین کی توجہ کھینچنے کے لیے خبروں کی تحریر اور ادارت میں ایسی صورتیں پیدا کی جائیں کہ اُن کا پڑھنا آسان ہو جائے- پھر عوام پسند صحافت کا دور شروع ہؤا اور خبروں کی ادارت نے باقاعدہ ایک فن کا روپ لے لیا - جس کا مقصد یہ ہے کہ لاکھوں عدیم الفرصت قارئین کو خبریں اس انداز میں پیش کی جائیں کہ وہ سرسری مطالعہ ہی سے تمام اہم واقعات سے باخبر ہو جائیں - چونکہ آج کے دور میں بین الاقوامی خبررساں اداروں ، قومی خبررساں ، اداروں ، حکومتوں کے اطلاعاتی شعبوں ، غیر ممالک کی سفارتوں کے اطلاعاتی محکموں ، اخبار کے اپنے مقامی ، اضلاعی اور غیر ملکی نامہ نگاروں اور ریڈیائی نشریات سے خبروں کا بے پناہ انبار جمع ہو جاتا ہے اس لیے خبروں کے انتخاب کا مسئلہ بھی اہمیت پکڑ گیا - اس کا اندازہ ایک مثال سے کیا جا سکتا ہے کہ ''نیویارک ٹائمز'' کو ہر چوبیس گھنٹوں کے دوران میں اُنیس خبررساں اداروں اور بے شمار غیر ملکی نامہ نگاروں سے صرف بذریعہ تار برق ، بے تار برق اور ٹیلی فون جو خبریں موصول ہوتی ہیں اُن کا مواد دس لاکھ الفاظ سے متجاوز ہوتا ہے اور یہ اخبار ایک عمومی شمارے میں ڈیڑھ لاکھ الفاظ سے زیادہ

نہیں دے سکتا - پس ایک مسئلہ انتخاب کا ہے، دوسرا قطع و برید کا، تیسرا تلخیص کا - پاکستانی اخباروں میں بھی بہت مواد آتا ہے اور اس میں سے بہت کم چھپتا ہے اس لیے یہاں بھی یہ سارے مسائل پیش آتے ہیں -

اُردو صحافت کی ایک اور بڑی مشکل ہے کہ یہاں قومی اور بین الاقوامی خبر رساں اداروں کی خبریں انگریزی زبان میں پہنچتی ہیں - اس لیے پہلے ترجمے کا مرحلہ بھی درپیش ہوتا ہے - جب تک یہ ادارے اُردو ٹیلی پرنٹر رائج نہیں کرتے ترجمے کا مسئلہ باقی رہے گا -

پس خبروں کے چھپنے سے پہلے یہ مراحل پیش آتے ہیں :

انتخاب

قطع و برید اور تصحیح

تلخیص اور تفہیم میں مدد کا عمل

ترجمہ

سرخیاں دینا

خبروں کی ترتیب (میک اَپ)

اس سارے طریق کار کو سب ایڈٹنگ (Sub-Editing) یا سبنگ (Subbing) یا کاپی ریڈنگ (Copy-Reading) کہا جاتا ہے - اور اول الذکر دو اصطلاحات اردوصحافت میں اتنی رچ بس گئی ہیں اور سب ایڈیٹر کا لفظ بھی اتنا عام ہے کہ کسی شخص کو اس کا اُردو ترجمہ کرنے کا خیال نہیں آیا -

سب ایڈٹنگ کے عمل کو سمجھنے کے لیے پہلے یہ ضروری ہے کہ خبروں کے ادارتی عملے کا نظام کار سامنے رکھا جائے - اس عملے کا سربراہ نیوز ایڈیٹر ہوتا ہے - اُس کے ماتحت تین چیف سب ایڈیٹر یا شفٹ انچارج ہوتے ہیں - کام تین شفٹوں میں تقسیم ہوتا ہے - ہر چیف سب ایڈیٹر یا شفٹ انچارج کے ماتحت چند سب ایڈیٹر کام کرتے ہیں -

نیوز ایڈیٹر

چیف سب ایڈیٹر | چیف سب ایڈیٹر | چیف سب ایڈیٹر

سب ایڈیٹر | سب ایڈیٹر | سب ایڈیٹر

(تعداد،حسب ضرورت) (تعداد،حسب ضرورت) (تعداد،حسب ضرورت)

کوشش کی جاتی ہے کہ ہر سب ایڈیٹر خبروں کی کسی ایک قسم کی ادارت میں مہارت پیدا کرے - اس طرح ہر سب ایڈیٹر اپنی شفٹ میں خبروں کے ایک خاص شعبے کے انچارج کے طور پر کام کرنے لگتا ہے - ان شعبوں کی تقسیم کچھ اس طرح ہوتی ہے :

۱- شہر کی خبریں : مقامی نامہ نگاروں اور خبررساں اداروں کی دی ہوئی مقامی خبریں ان میں شامل ہیں - نیز دفتر میں براہ راست آنے والی خبریں بھی اِسی شعبے سے تعلق رکھتی ہیں-

۲- قومی خبریں

۳- غیر ملکی خبریں

۴- کھیلوں کی خبریں

۵- تجارت اور صنعت و حرفت کی خبریں

٦- اضلاعی خبریں

۷- خصوصی نامہ نگاروں کی بھیجی ہوئی خبریں

ہم سب ایڈٹنگ کو دو حصوں میں تقسیم کرتے ہیں :

(اول) انگریزی زبان میں آنے والی خبریں

(دوم) اُردو زبان مین آنے والی خبریں -

انگریزی زبان میں آنے والی خبریں : اُردو پریس سروس اور کسی حد تک سٹار نیوز ایجنسی کے سوا خبررساں اداروں کی تمام خبریں انگریزی زبان میں آتی ہیں - سٹار نیوز ایجنسی اور یونائیٹڈ پریس آف پاکستان (یءپ) اپنی خبریں دستی بھیجتے ہیں - باقی خبررساں ادارے ٹیلی پرنٹر کے ذریعے سے خبریں ارسال کرتے ہیں -

ٹیلی پرنٹر ایک ایسے آلے کو کہتے ہیں جس کی صورت ٹائپ رائٹر سے ملتی جلتی ہے ۔ اس کی دو قسمیں ہوتی ہیں ۔ اول ٹرانس میٹر دوم ریسیور ۔ ٹرانس مٹر میں ٹائپ رائٹر جیسا کلیدی بورڈ بھی لگا ہوتا ہے ۔ اس کا کام خبروں کی ترسیل ہے اس لیے یہ خبررساں اداروں کے دفاتر میں ہوتا ہے ۔ ریسیور پر کلیدی بورڈ نہیں ہوتا کیوں کہ اس کا کام محض خبروں کی وصولی ہے ۔ ریسیور اخباروں کے دفاتر میں لگا ہوتا ہے گویا خبریں نیوز روم (اخبار کے دفتر کا وہ کمرہ ، جہاں سب ایڈیٹر بیٹھتے ہیں) میں خود بخود پہنچتی ہیں ۔ ٹیلی پرنٹر تار برق کی لائنوں کے ذریعے سے کام کرتا ہے اور یہی اس کی وجہ تسمیہ ہے ۔

اخباری دفاتر میں ٹیلی پرنٹر کو ''کریڈ'' Creed کہا جاتا ہے ۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ جب پہلے پہل ٹیلی پرنٹر لگے تو وہ ''کریڈ'' نامی کمپنی کے ساختہ تھے ۔ وہاں سے یہ نام چالو ہوا تو ہر کمپنی کے بنائے ہوئے ٹیلی پرنٹر کو اِسی نام سے یاد کیا جانے لگا ۔ خبر رساں اداروں میں بھی یہی اصطلاح رائج ہے ۔ بلکہ اِسے صرف اسم کے طور پر نہیں ، فعل کے طور پر بھی استعمال کیا جاتا ہے ۔ مثلاً اگر یہ کہنا ہو کہ یہ خبر ٹیلی پرنٹر کے ذریعے سے بھیج دو ۔ تو کہا جاتا ہے کہ یہ خبر کریڈ کر دو ۔

ہر بڑے اخبار کے نیوز روم میں تین ٹیلی پرنٹر ریسیور لگے ہوتے ہیں ان پر یہ نام لکھے ہوتے ہیں ۔

۱- APP-REUTER (ایسوشی ایٹڈ پریس آف پاکستان ۔ رائٹر)

۲- AFP-PPA (ژانس فرانس پریس ۔ پاکستان پریس ایسوسی ایشن)

۳- PPA-DPA (پاکستان پریس ایسوسی ایشن ۔ جرمن خبررساں ایجنسی)

یہ مشینیں چوبیس گھنٹے چلتی رہتی ہیں ۔ ہر مشین میں کاغذ کا ایک اُستوانہ نما پلندہ (Roll) لگا ہوتا ہے ۔ جب کوئی خبر نہیں ہوتی ۔ تو مشین خاموش رہتی ہے ۔ جب خبر آتی ہے ۔ تو ٹک ٹک شروع ہو جاتی ہے ۔ ہر خبر کے اُوپر اُس کی قسم اور نمبر لگا ہوتا ہے ۔ اور آخر میں خبر بھیجنے کا وقت اور ٹائپ کرنے والوں کے نام کے ابتدائی حروف

درج ہوتے ہیں - اگر اُس خبر میں کوئی غلطی نظر آئے - تو سب ایڈیٹر اول تو خود درست کر لیتا ہے لیکن اگر کوئی سطر ہی غائب ہو یا ٹائپ کی دو سطریں خلط ملط ہو گئی ہوں تو سب ایڈیٹر متعلقہ ایجنسی کے مقامی دفتر میں فون کرتا ہے اور خبر کی قسم اور نمبر کا حوالہ دے کر کہتا ہے کہ متعلقہ سطور لکھا دی جائیں - اگر زیادہ سطور خراب ہوں تو ایجنسی والے انھیں دوبارہ کریڈ کر دیتے ہیں - بعض اوقات حروف کی جگہ سطروں میں ہندسے اور علامتیں نظر آتی ہیں - یہ کسی فنی خرابی کا نتیجہ ہوتا ہے - چوں کہ ایجنسی کے دفتر میں فون کر کے اُن سطور کی عبارت پر وقت صرف ہوتا ہے اس لیے اچھے سب ایڈیٹر خود ہی ان ہندسوں اور علامتوں کو حروف میں منتقل کر کے الفاظ بنا لیتے ہیں - یہ کام بہت آسان ہے کیوں کہ اس کے لیے کریڈ کے ٹرانسمٹر کے کلیدی بورڈ کا نقشہ رہ نمائی کرتا ہے - نوآموز سب ایڈیٹروں کی مدد کے لیے ہم بورڈ کا نقشہ ذیل میں درج کرتے ہیں :

حرف	علامت	حرف	علامت
A	—	N	,
B	?	O	9
C	:	P	0
D	1	Q	1
E	3	R	4
F	!	S	’
G	&	T	5
H	£	U	7
I	8	V	;
J	!	W	2
K	(	X	/

علامت	حرف	علامت	حرف
6	Y	)	L
”	Z	.	M

یہاں یہ بات یاد رکھنے کے قابل ہے کہ بعض ٹیلی پرنٹروں پر "G" کی علامت "&" نہیں "%" ہے - اِسی طرح "Z" کی علامت واوین نہیں "+" کا نشان ہے - یہ بات بھی پیش‌نظر رکھنا ضروری ہے کہ یہ کلیدی بورڈ عام ٹائپ رائٹر کے کلیدی بورڈ سے بالکل مختلف ہے کیوں کہ ٹیلی پرنٹر میں سارے حروف بڑے یعنی CAPITAL ہوتے ہیں -

جونہی کوئی خبر یا اس کا کوئی حصہ ٹائپ ہو کر ٹیلی پرنٹر سے باہر آ جاتا ہے - اُسے پھاڑ کر الگ کر لیا جاتا ہے - یہاں پر بیان کر دینا ضروری ہے کہ خبر کے حصے سے مراد کیا ہے - جب کوئی بڑی اور لمبی خبر کریڈ کی جاتی ہے تو اُسے حصوں میں بانٹ دیا جاتا ہے اور ہر حصے پر ایک کلیدی لفظ اور حصے کا نمبر دے دیا جاتا ہے مثلاً صدر جانسن کی تقریر ہو تو ہر حصے پر جانسن کا نام اور حصے کا نمبر دیا جائے گا - Johnson One , Johnson Two - ہر حصے کے آخر میں لفظ More لکھا ہوتا ہے - اس کا مطلب ہے کہ ابھی مزید مواد آئے گا - جب حصوں والی خبر مکمل ہو جاتی ہے یعنی آخری حصہ آ جاتا ہے تو اس کے اُوپر Johnson Last یا Johnson Seven (اگر سات حصے ہوں) آتا ہے - اور آخر میں Ends درج ہوتا ہے یعنی ساری خبر مکمل ہو گئی -

جب خبر رساں ایجنسی کوئی بہت بڑی خبر بھیجنا چاہتی ہے تو پہلے اُس کا فلیش Flash یعنی چند لفظوں میں خلاصہ دے دیا جاتا ہے - فلیش اس طرح کریڈ پر آتا ہے :

Flash Flash Flash
Flash Flash Flash
President Kennedy is dead

مقصد یہ ہوتا ہے کہ نیوز روم چوکنا ہو جائے ۔ کچھ دیر بعد پہلا حصہ Kennedy One کے کلیدی الفاظ کے ساتھ آتا ہے ۔ اور اس کے بعد حصوں کا تانتا بندھ جاتا ہے ۔ بہرحال بیچ میں دوسری خبریں بھی آتی رہتی ہیں ۔

جوں جوں خبریں آتی ہیں کاغذ کے پلندے سے کاٹ کاٹ کر چیف سب ایڈیٹر کی میز پر پہنچائی جاتی ہیں ۔ وہ ہر خبر پر نظر ڈال کر اندازہ کرتا ہے ۔ کہ یہ :

۱- چھپنے کے قابل ہے یا نہیں ؟
۲- اگر قابل اشاعت ہے تو پوری دی جائے یا تلخیص کی جائے ؟
۳- تلخیص مقصود ہے تو کس قدر ؟
۴- ابتدائیہ بدلنے کی ضرورت ہے یا نہیں ؟
۵- اسکی اہمیت کس قسم کی سرخی کی محتاج ہے ؟

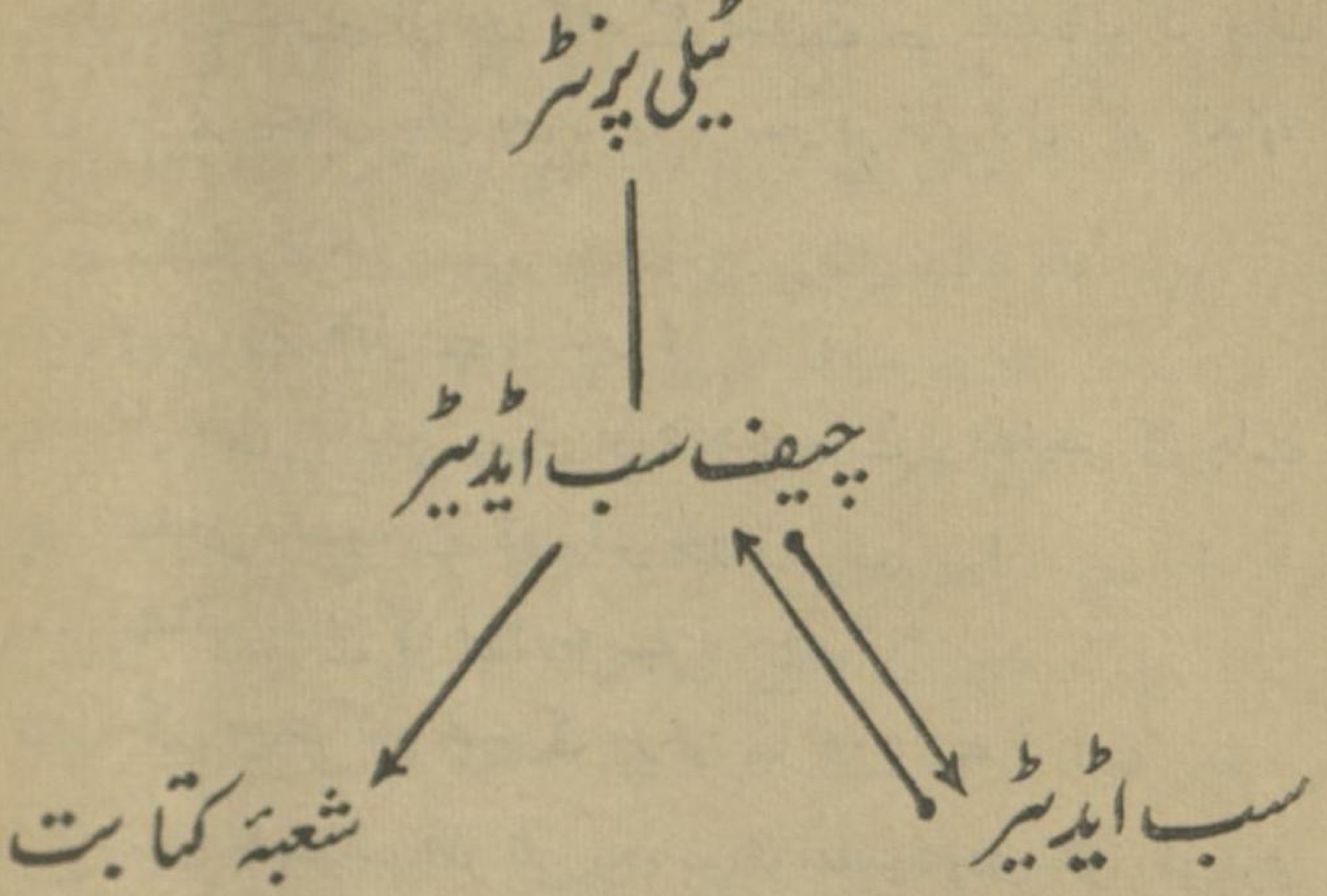
پہلے سوال کا جواب اگر نفی میں ہو تو خبر ردی کی ٹوکری میں پھینک دی جاتی ہے ۔ اگر جواب یہ ہو کہ چھپنے کے قابل تو ہے لیکن اتنی ضروری نہیں تو اُسے پاس رکھ لیا جاتا ہے تاکہ اگر خبریں کم ہوں تو اِسے دے دیا جائے اور اگر وہ واقعی قابل اشاعت ہے تو چیف سب ایڈیٹر خبر کے کاغذ کے ایک گوشے میں حسب ضرورت اس قسم کی ہدایات لکھ دیتا ہے :

— مکمل سہ کالمی ۔

— تلخیص ۱/۲ ۔ یک کالمی

— خط کشیدہ الفاظ سے ابتدائیہ بنایا جائے ۔ مکمل ۔ دو کالمی اور اس کے بعد متعلقہ سب ایڈیٹر کو پہنچا دیتا ہے ۔ یہ ہدایات زبانی بھی دی جاتی ہیں کیوں کہ تمام سب ایڈیٹر ایک ہی کمرے میں بیٹھتے ہیں ۔ سب ایڈیٹر حسب ہدایت ترجمہ یا تلخیص کرتا ہے ، سرخیاں دیتا ہے اور اپنی خبر چیف سب ایڈیٹر کے حوالے کر دیتا ہے ۔ وہ اس پر ایک نظر

ڈالتا ہے ۔ اگر کوئی غلطی پاتا ہے تو درست کر دیتا ہے اور پھر اس خبر کو شعبۂ کتابت کے سپرد کر دیتا ہے ۔ یہ سارا عمل اس خاکے سے واضح ہو جاتا ہے :-



اردو زبان میں آنے والی خبریں : چیف رپورٹر ، دوسرے مقامی رپورٹروں اور بیرونی نامہ‌نگاروں سے آنے والی خبریں، نیز دفتر میں براہ‌راست پہنچنے والی خبریں پہلے چیف سب ایڈیٹر کے پاس پہنچتی ہیں ۔ وہ ہدایات کے ساتھ اُنھیں سب ایڈیٹروں کے حوالے کرتا ہے ۔ سب ایڈیٹر ان خبروں میں مناسب قطع و برید کرتے ہیں ، زبان درست کرتے ہیں اور سرخیاں دے کر چیف سب ایڈیٹر کے حوالے کر دیتے ہیں ۔ مفصلات کے نامہ نگاروں کی بھیجی ہوئی خبریں بعض اوقات تلخیص بلکہ از سرنو تحریر کی بھی محتاج ہوتی ہیں ۔ یہ کام بھی سب ایڈیٹر کرتے ہیں ۔

تصحیح کا مقصد یہ ہے کہ زبان کو آسان بنایا جائے ۔ فقروں کی ترکیب سادہ ہو جائے ۔ زبان کی غلطیاں درست کی جائیں اور غیر ضروری مواد حذف کر دیا جائے ۔ اس عمل کو واضح کرنے کے لیے ہم ایک نمونہ پیش کرتے ہیں :

لاہور۔ (اپنے رپورٹر سے) صوبائی دارالحکومت میں
اتوار کی شب آتش بازی سے آٹھ افراد بُری طرح
جُھلس گئے۔ ہسپتال میں طبی امداد کے لیے چار افراد
کو داخل کر لیا گیا۔ آتش بازی سے جُھلسنے کا پہلا — نیا پیرا
واقعہ گزشتہ شب اکبری منڈی کے کوچہ نقاشاں
میں ہُوا۔ محلّے کے بعض بچّے ایک دوسرے پر
آتش بازی پھینک رہے تھے۔ اتنے میں دو سگے — کھیل
بھائی محمد سلیم (دس سال) اور عارف (۸ سال) — آٹھ
گلی سے گزر رہے تو کسی نے آتش بازی کے پٹاخے
ان پر پھینک دیے جن سے وہ جُھلس گئے۔ علاوہ
ازیں اسی محلّے کی ایک کم سن بچّی بھی زخمی ہُوئی۔ عارف
اور سلیم کو طبی امداد کے لیے ہسپتال میں داخل
کر دیا گیا۔ گوال منڈی کے علاقے میں بھی — نیا پیرا
آتش بازی کے پٹاخوں سے ایک نوجوان زخمی ہو
گیا۔ وہ بازار سے گزر رہا تھا کہ کسی بچّے نے
اُس پر پٹاخہ پھینک دیا جو اس کی آنکھ پر لگا
اسے بھی ہسپتال پہنچا دیا گیا۔ شہر میں آتش
بازی سے زخمی اور جھلسنے والے چار دیگر افراد کو — جھلسنے
طبی امداد کے لیے لایا گیا۔ انھیں
مرہم پٹی کے بعد گھروں کو جانے کی اجازت دے
دی گئی۔

#

اب ہم اس تصحیح کی وضاحت کرتے ہیں ۔

۱ ۔ جب خبر کے شروع میں ''لاہور'' درج ہے تو ''صوبائی دارالحکومت میں'' کے الفاظ بے معنی ہو جاتے ہیں ۔ اِسی بنا پر خبر کی آخری سطور میں ''شہر میں'' کے الفاظ کاٹ دیے ہیں ۔

۲ ۔ ''بُری طرح'' حذف کیا گیا ہے کیوں کہ اگر آٹھوں افراد واقعی 'بُری طرح جھلس جاتے تو ان میں سے چار کو مرہم پٹی کے بعد فارغ کیوں کیا جاتا ؟

۳ ۔ ''طبی امداد کے لیے'' کے الفاظ کاٹ دیے ہیں کیوں کہ جب کوئی زخمی ہسپتال جاتا ہے تو ظاہر ہے ، طبی امداد ہی کے لیے جاتا ہے ۔

۴ ۔ ''گزشتہ شب'' کے الفاظ حذف کر دیے ہیں کیوں کہ دوسری سطر میں ''اتوار کی شب'' کے الفاظ موجود ہیں ۔

۵ ۔ آتشبازی پھینکنا خلافِ محاورہ ہے اس لیے ''آتشبازی کھیل رہے تھے'' کے الفاظ لکھ دیے ہیں ۔

۶ ۔ ''۸'' کی جگہ ''آٹھ'' اس لیے لکھا ہے ، کہ کتابت میں غلطی کا امکان باقی نہ رہے ۔

۷ ۔ گوال منڈی کے واقعہ میں سے چند زائد الفاظ حذف کر دیے ہیں ۔

۸ ۔ ''زخمی اور جھلسنے والے'' کی جگہ صرف ''زخمی ہونے والے'' لکھا ہے ۔ کیوں کہ اول تو ترکیب ہی غلط تھی ، دوسرے اگر یہ لوگ واقعی جھلس جاتے تو مرہم پٹی کے بعد ہسپتال سے فارغ نہ کر دیے جاتے ۔

۹ ۔ ''گھروں کو'' کے الفاظ کاٹ دیے ہیں کیوں کہ ظاہر ہے یہ لوگ مرہم پٹی کے بعد اپنے اپنے گھروں ہی کو گئے ہوں گے ۔

۱۰ ۔ خبر میں پیرا کوئی نہیں تھا ۔ یہ اُصولاً صحیح نہیں اس لیے تین پیرے بنا دیے گئے ۔

اب اسی خبر کو اصلاح یافتہ صورت میں پڑھیے ۔

لاہور (اپنے رپورٹر سے) اتوار کی شب آتشبازی سے آٹھ افراد جھلس گئے ۔ چار افراد کو ہسپتال میں داخل کر لیا گیا ۔

پہلا واقعہ اکبری منڈی کے کوچہ نقاشاں
میں ہوُا - محلے کے بعض بچے آتش بازی کھیل
رہے تھے - اتنے میں دو سگے بھائی محمد سلیم
(دس سال) اور عارف (آٹھ سال) گلی سے
گزرے ، تو کسی نے اُن پر پٹاخے پھینک
دیے جن سے وہ جھلس گئے - ایک کمسن
بچی بھی زخمی ہوئی - عارف اور سلیم کو
ہسپتال میں داخل کر دیا گیا -
گوال منڈی کے علاقے میں ایک نوجوان
بازار سے گزر رہا تھا کہ کسی بچے نے اُس
پر پٹاخہ پھینک دیا - جو اُس کی آنکھ پر
لگا - اُسے بھی ہسپتال پہنچا دیا گیا - آتش
بازی سے زخمی ہونے والے چار دیگر افراد
کو طبی امداد کے لیے لایا گیا - اُنھیں
مرہم پٹی کے بعد جانے کی اجازت دے
دی گئی -

اصلاح کے فائدے یہ ہوئے :

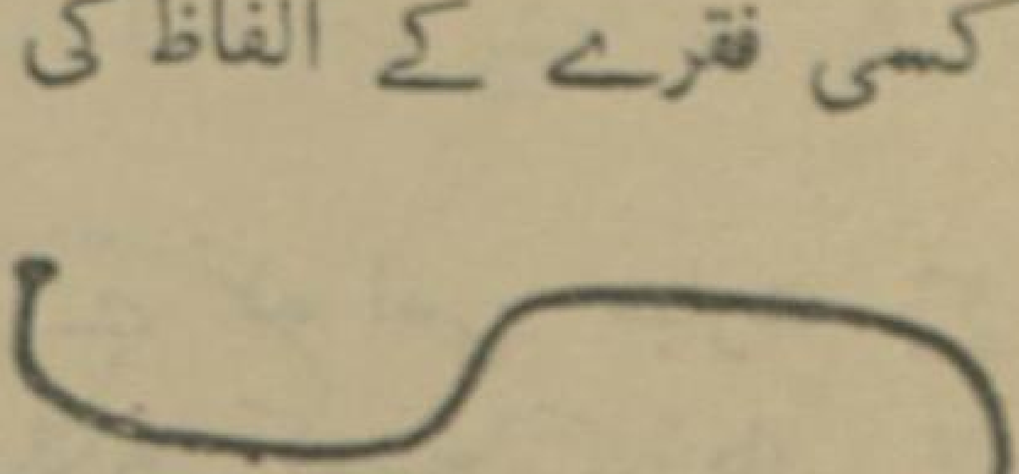
۱ - اصل خبر ایک سو نوے الفاظ پر مشتمل تھی - اصلاح یافتہ خبر ایک سو پنتالیس الفاظ پر مشتمل ہے -گویا تلخیص ہوگئی -

۲ - تلخیص کے باوجود معلومات میں کوئی کمی نہیں ہوئی -

۳ - فالتو الفاظ حذف کرنے کے بعد اور زبان کی تصحیح کی وجہ سے عبارت زیادہ سادہ اور سلیس ہو گئی -

تصحیح کی کچھ علامتیں تو پہلے دی جا چکی ہیں - باقی علامتیں یہ ہیں -

الف - جب کسی فقرے کے الفاظ کی اکھاڑ پچھاڑ کرنی ہو تو اس کے لیے



کی علامت دی جاتی ہے -

مثلاً فقرہ یہ ہے :

''یہ کتاب جس مصنف نے لکھی ہے ، اُسے موضوع پر عبور حاصل ہے''

اگر اسے اس طرح لکھنا ہو:

"جس مصنف نے یہ کتاب لکھی ہے، اُسے موضوع پر عبور حاصل ہے"

تو علامت یوں دی جائے گی:

/یہ کتاب/جس مصنف نے لکھی ہے اُسے موضوع پر عبور حاصل ہے

ب - جب کسی فقرے میں الفاظ کا اضافہ کرنا ہو تو مطلوبہ جگہ پر "^" کی علامت دی جاتی ہے مثلاً

زخمیوں کو

ڈاکٹر نے مرہم پٹی کے بعد ^ جانے کی اجازت دے دی۔

ج - جگہ بچانے کے لیے بعض اوقات مواد کی مسلسل کتابت ضرور ہوتی ہے - ایسے میں جو علامت دی جاتی ہے اس کی مثال ملاحظہ ہو۔

انجمن دفاع پاکستان کی مجلسِ عاملہ میں مندرجہ ذیل حضرات

شریک ہوں گے:

سعید احمد۔

احمد دین۔

سلیم الرحمٰن۔

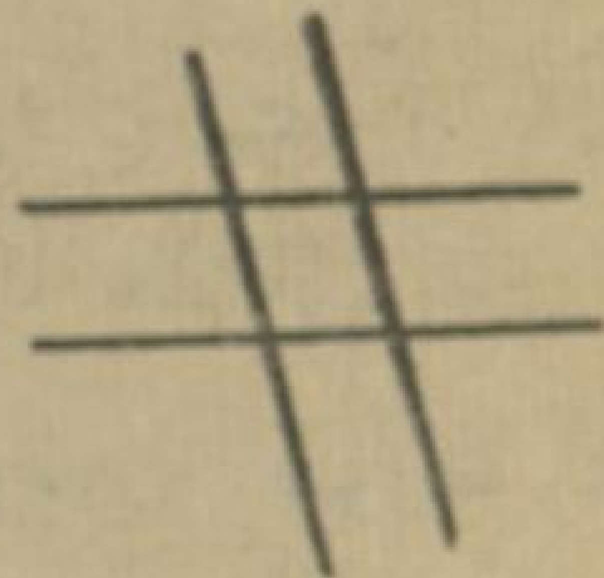
عدنان آفتاب"+

اس کا ایک طریقہ یہ بھی ہے کہ اسی عبارت کے دائیں یا بائیں یا دائیں حاشیے پر ایک عمودی لکیر کھینچ کر باہر "مسلسل" کا لفظ لکھ دیا جائے۔

د - جب پیرا شروع کرنا ہو تو پہلے لفظ کے دائیں جانب "]" کا نشان بنا دیتے ہیں - جیسے:

[صدر جانسن نے کہا ، ویٹ نام کی جنگ . . .

ہ۔ جب خبر لکھی جا چکے تو اس نیچے کے یہ نشان



بنا دیتے ہیں ۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ خبر مکمل ہے ۔

و۔ جب لمبی خبر ہو اور اُسے مختلف حصوں میں لکھ کر کاتب کو بھیجنا ہو تو ہر حصے کو ''اضافہ'' کہتے ہیں ۔ ایک کلیدی لفظ ہر ''اضافے'' کے اُوپر لکھ کر اُس کا نمبر دے دیتے ہیں ۔ مثلاً اسمبلی کی کاروائی ہو تو اسمبلی/۱ ، اسمبلی/۲ کی طرح اضافے کی علامت وہ دیتے ہیں ۔

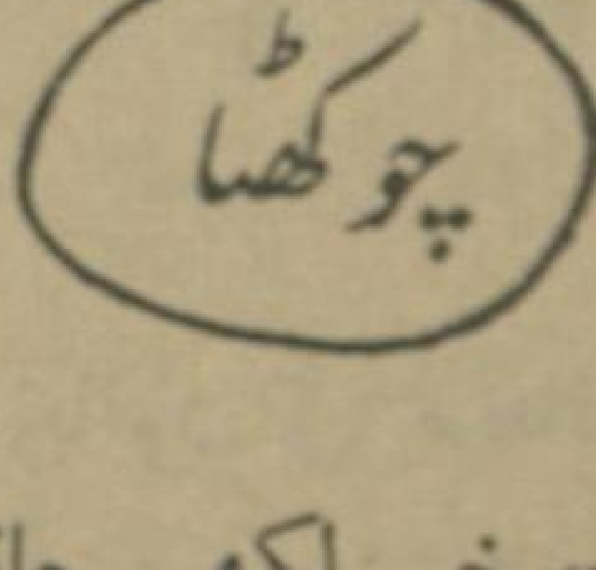
ز۔ جب خبر کے پہلے ایک یا دو پیروں کی کتابت دو کالمی کرانی ہو تو ان کی دائیں جانب ایک عمودی لکیر کھینچ کر اُس کے باہر ''دو کالمی'' یا ''II'' لکھ دیتے ہیں ۔ اس طرح اگر ''سہ کالمی'' یا ''III'' لکھ دیتے ہیں ۔

ح۔ اگر کسی حصے کی جلی کتابت مقصود ہو تو اُس کی دائیں جانب عمودی لکیر کھینچ کر اُس کے باہر ''جلی'' لکھ دیتے ہیں ۔ اگر دو کالمی مقصود ہو تو ''جلی دو کالمی'' یا جلی''II'' لکھ دیتے ہیں ۔ اسی طرح اگر نسخ میں کتابت کرانی ہو تو ''عربی دو کالمی'' یا ''عربی II'' کی علامت لکھ دی جاتی ہے ۔

ط ۔ اگر کسی خبر کی کتابت اس طرح کرانی ہو کہ لفظوں کے درمیان زیادہ جگہ چھوڑی جائے تو مواد کے دائیں جانب عمودی لکیر کھینچ کر اُس کے باہر ''کھلے کھلے'' یا ''دانہ دار'' کے الفاظ لکھے جاتے ہیں ۔

ی ۔ کسی خبر کو چوکھٹے میں دینا مقصود ہو تو اُس کے اُوپر ایک

چھوٹے سے دائرے میں



لکھ دیا جائے ۔

جب خبر لکھی جا چکے تو سرخی لکھی جاتی ہے ۔ سرخیوں کے فن پر الگ باب ملاحظہ ہو ۔

ترجمے کا فن

دنیا بھر کے آزاد ملکوں میں یہی رواج ہے کہ قومی اور غیر ملکی خبر رساں ادارے اخباروں کو اُن کی قومی یا علاقائی زبان میں خبریں مہیا کرتے ہیں لیکن پاکستان اور ہندوستان میں صورت مختلف ہے۔ یہاں اخباروں کی زبان کوئی بھی ہو، انھیں ملکی اور غیر ملکی خبر رساں ادارے انگریزی میں خبریں فراہم کرتے ہیں جس سے سب ایڈیٹنگ کا کام زیادہ کٹھن ہو جاتا ہے۔

دوسرے ملکوں کے اخباروں میں جو سب ایڈیٹر کام کرتے ہیں، اُن کے لیے صرف اپنی قومی زبان پر عبور کافی رہتا ہے لیکن پاکستان اور ہندوستان میں قومی زبانوں کی صحافت میں کام کرنے والوں کے لیے لازمی ہے کہ وہ انگریزی زبان سے نہ صرف آگاہ ہوں بلکہ اس پر انھیں اتنا عبور حاصل ہو کہ اس کی روایات، محاوروں اور استعاروں اور تلمیحات کو بدرجۂ احسن سمجھ سکیں اور پھر اپنی زبان میں اتنی گہری مہارت ہو کہ غیر ملکی زبان کے الفاظ ہی نہیں اُن کی روح بھی اپنی زبان میں منتقل کر سکیں اور نہ صرف یہی، بلکہ یہ سارا کام نہایت سرعت سے کریں کیونکہ اخباری کام میں سست روی کا سوال ہی پیدا نہیں ہوتا۔ جب ہم یہ دیکھتے ہیں کہ ایک انگریزی خبر کی سب ایڈیٹنگ پر جتنا وقت صرف ہوتا ہے اُس سے تین گنا وقت اس خبر کو اُردو اخبار میں چھاپنے کے قابل بنانے پر صرف ہو جاتا ہے اور اس کے باوجود ہمارے اُردو اخبار بسا اوقات تازہ ترین خبروں کی فراہمی میں اپنے انگریزی ہم‌عصروں پر بازی لے جاتے ہیں تو ہمیں اُن کی مہارت فن کی داد دینی پڑتی ہے۔

قومی اور علاقائی زبانوں کی صحافت میں کام کرنے والے سب ایڈیٹروں کے لیے ضروری ہے کہ نہ صرف فن صحافت کے تمام پہلوؤں اور خبروں کی تدوین کی تمام باریکیوں سے آشنا ہوں، بلکہ اپنی زبان اور انگریزی

زبان پر بھی اتنا عبور حاصل ہو کہ ترجمہ بخوبی اور تیزی کے ساتھ کر سکیں۔

صحافت میں فن ترجمہ کے بارے میں ہم دو ادیبوں اور صحافیوں کے مشورے ذیل میں درج کرتے ہیں:

''اخباری ترجمے میں سب سے مقدم مصلحت یہ ہے کہ مطلب بالکل واضح اور عبارت قطعی طور پر سلیس ہو جائے تاکہ عام پڑھنے والوں کو کوئی اُلجھن نہ ہو۔اس کے لیے اپنی زبان کا محاورہ سب سے بہتر رہنما اور معاون ہے۔ اگر اخباری مترجم سادگی، سلاست اور محاورہ اُردو کو مدِ نظر رکھ کر ترجمہ کریں تو خود بھی آرام سے رہیں اور پڑھنے والوں کے ذہن بھی نہ اُلجھیں۔ ان کو چاہیے کہ جہاں انگریزی فقرے کی ترکیب پیچیدہ اور طویل پائیں، وہاں اُس کی چیر پھاڑ کر دیں۔ پیچیدہ فقروں کو چند سادہ فقروں میں تقسیم کر دیں اور ترجمہ کرنے کے بعد ایک دفعہ پڑھ کر دیکھ لیں کہ آیا اصل کا مطلب ادا ہو گیا۔ اگر ہر پہلو سے مطلب ادا ہوگیا ہو تو سبحان اللہ، ورنہ ادھر اُدھر کمی بیشی کر کے اس کو پورا کر دیں۔ ڈکشنری مترجم کا سب بڑا ہتھیار ہے اس کو ہر وقت حرز جاں بنا کر رکھنا چاہیے اور کبھی اس غلط فہمی میں نہ رہنا چاہیے کہ ہم بڑے انگریزی داں اور بڑے اُردو خواں

ہیں۔ کیونکہ ممکن ہے ، وقت پر کسی لفظ کا صحیح اور موزوں ترجمہ نہ سوجھے اور ڈکشنری دیکھنے سے کوئی ایسا نفیس لفظ ہاتھ آ جائے، جو فقرے میں جان ڈال دے“ ۔ (عبدالمجید سالک)

”انگریزی سے سلیس اُردو ترجمہ کرنے کا ایک یہ گر مترجم کو سیکھنا لازم ہے کہ جو ، جس ، جن سے فقرے کو پیچیدہ نہ بنائے ۔ ان کی انگریزی میں بڑی کثرت ہوتی ہے ۔ ہماری زبان میں عطف و ربط کی دوسری تدبیریں کام میں لائی جاتی ہیں ۔ بیان کے متین و شگفتہ اور متعدد پیرائے اُردو میں موجود ہیں۔ سوائے فنی اصطلاحات کے بلیغ اور پر معنی الفاظ کا ذخیرہ بھی کچھ کم نہیں ہے ، البتہ انھیں برتنے کے لیے مترجم کی عملی استعداد بلند اور اپنے معیاری ادب سے اُسے خوب واقفیت ہونی چاہیے“ ۔ (سید ہاشمی فرید آبادی)

لفظی یا آزاد ترجمہ : نو آموز صحافی اکثر یہ سوال پوچھتے ہیں کہ خبر کا ترجمہ لفظ بہ لفظ ہو یا آزاد ۔ سچ پوچھیے تو یہ سوال ہی درست نہیں ۔ لفظ بہ لقظ ترجمہ ممکن ہی نہیں ، البتہ یہ ضرور ہے کہ بعض بیانات یا سیاسی یا معاشی خبریں ایسی ہوتی ہیں ، جن کے متن کا بہت صحیح ترجمہ ضروری ہوتا ہے اور اس میں ناپ تول کی بہت ضرورت ہوتی ہے اور یہ ترجمہ خصوصی احتیاط سے کرنا چاہیے لیکن زیادہ تر خبریں ایسی ہوتی ہیں، جن میں سیدھے سادے واقعات بیان ہوتے ہیں ۔ ان کا ترجمہ کرتے وقت یہ خیال رکھنا چاہیے کہ مطلب واضح ہو جائے ۔ انگریزی فقروں کی ترکیب

کی پیروی کی جائے گی تو ترجمہ بے ربط سا معلوم ہوگا ۔ اس لیے ترکیب مقامی محاورے کے مطابق ہو۔ مختصر طور پر ترجمے کا مقصود یہ ہے کہ مطالب کو با محاورہ اُردو میں بیان کر دیا جائے ۔

انگریزی زبان کا انداز کچھ ایسا ہے کہ ایک طویل فقرے میں مختلف مطالب سموئے جا سکتے ہیں اور انھیں پڑھتے وقت کوئی خاص دقت پیش نہیں آتی ۔ اُردو زبان میں ان کا پورا ترجمہ کرنا ممکن نہیں ہوتا اس لیے طویل فقرے کو اُردو میں دو تین فقروں میں تقسیم کر لیا جاتا ہے ۔ انگریزی زبان کی خبروں میں ابتدائیہ کا یہی حال ہے ۔ اس لیے اُردو میں منتقل کرتے وقت ابتدائیہ کو بھی سادہ فقروں میں تقسیم کر دینا چاہیے ۔

آسان زبان : صحافت میں یوں بھی زبان سادہ اور سلیس ہونی چاہیے لیکن ترجمے میں اس کا اور بھی زیادہ خیال رکھنا ضروری ہے اور ایسے الفاظ سے پرہیز لازم ہے جن کے بغیر گزارہ ہو سکے ۔ مثلاً

حادثہ **وقوع پذیر** ہوُا	کی جگہ	حادثہ ہوُا
جلسہ منعقد ہوُا	”	جلسہ ہوُا
مخالف موسمی حالات	”	خراب موسم
گفت و شنید	”	بات چیت
ٹیکس عائد کیا گیا	”	ٹیکس لگایا گیا
رقم مختص کی گئی	”	رقم الگ کی گئی
معرض وجود میں آیا	”	وجود میں آیا

آسان زبان میں یہ بات بھی شامل ہے کہ غیر ملکی اعداد مثلاً ملین ، بلین وغیرہ کو لاکھ ، کروڑ اور ارب کی اصطلاحات میں منتقل کیا جائے ۔ غیر ملکی سکوں مثلاً پونڈ ، ڈالر ، مارک وغیرہ کی رقم روپوں میں دی جائے ۔ یہی حال اوزان کا ہے ۔ مثلاً اونس ، پاؤنڈ ، کلوگرام ، ہنڈرڈ ویٹ ، ٹن ، ان سب کو تولوں ، چھٹانکوں ، سیروں اورمنوں میں منتقل کیا جائے ۔

بعض خبروں میں فاصلے کلومیٹر میں دیے جاتے ہیں ، انھیں فرلانگ اور میل کے روپ میں بیان کیا جائے ۔ اس میں سب ایڈیٹر کو تھوڑی سی دقت تو ضرور ہوگی لیکن قارئین کو بہت فائدہ ہوگا اور وہ خبر کو آسانی سے سمجھ لیں گے ۔

شہروں اور ملکوں کے نام : بسا اوقات ایک ہی علاقے کا نام مختلف اخبار مختلف املا میں دیتے ہیں ۔ یہ درست نہیں ۔ جو املا رائج ہے اسی کو استعمال کرنا چاہیے ۔ نئے ملکوں کے نام لکھتے وقت یہ خیال رکھنا چاہیے کہ انھیں آسانی سے پڑھا جا سکے ۔ مثلاً Zambia کو اگر زیمبیاً لکھا جائے تو دقت ہوگی اس لیے زمبیا لکھ دیا جائے ۔

غیر ملکی زبان کی اصطلاحات : بعض اصطلاحات تو اُردو زبان کا جزو بن گئی ہیں ۔ مثلاً پارلیمنٹ ، اسمبلی ، کونسل ، سپیکر ، سلامتی کونسل وغیرہ ۔ ان کا ترجمہ بے سود ہوگا ۔ یونیسکو ، نیٹو ، سیٹو جیسی اصطلاحات عام استعمال ہوتی ہیں ۔ بہر حال مناسب یہی ہے کہ خطوط وحدانی کے اندر ان کا مطلب لکھ دیا جائے ، یعنی اقوام متحدہ کی تعلیمی ، سائنسی اور ثقافتی تنظیم ، شمالی اوقیانوسی تنظیم ۔ بعض اصطلاحات کے تراجم رائج ہیں انھیں بدلنا مناسب نہیں ہوگا ۔ اگر کوئی نئی اصطلاح آتی ہے تو اُس کا ترجمہ سادا سا کیا جائے تاکہ وہی رائج ہو جائے ۔

رواں ترجمے کے لیے مشق ضروری ہے : ترجمہ سیکھنے کا بہترین طریقہ یہ ہے کہ زیادہ سے زیادہ مشق کی جائے اور کسی سے اصلاح لی جائے ۔ آہستہ آہستہ اس میں مہارت پیدا ہو جائے گی ۔ اگر اصلاح دینے والا موجود نہ ہو تو خاصی مشکل ہوگی ۔ بہر حال ایسی صورت میں بھی ایک طریقہ ہے جس سے شد بد ہو سکتی ہے ، مہارت نہیں ہو سکتی ۔ نو آموز شخص کو چاہیے کہ وہ ایک انگریزی اخبار اور ایک اچھا اُردو اخبار زیر مطالعہ رکھے اور ترجمے کے سلسلے میں خبروں کا موازنہ کرے ۔ اس کے بعد انگریزی اخبار کو سامنے رکھ کر بعض خبروں کا ترجمہ کرے اور پھر اس ترجمے کا موازنہ اُردو اخبار میں کیے ہوئے ترجموں سے کرے ۔ آہستہ آہستہ اُسے خاصا درک پیدا ہو جائے گا ۔

خلاصہ

خبروں کی وصولی سے اُن کی ترتیب تک کے عمل کو سب ایڈٹنگ کہتے ہیں۔ انتخاب، قطع و برید اور تصحیح، تلخیص، ترجمہ، تفہیم میں مدد، سرخیاں اور میک اَپ اس عمل کے مختلف مراحل ہیں۔ ادارتی عملے کا سر براہ نیوز ایڈیٹر ہوتا ہے۔ اس کے ماتحت تین شفٹوں میں ایک ایک چیف سب ایڈیٹر کام کرتا ہے اور ان کے ماتحت سب ایڈیٹر ہوتے ہیں۔ میک اَپ کا شعبہ الگ ہوتا ہے۔

خبر رساں ادارے (ایک آدھ کے سوا) اپنی خبریں ''کریڈ'' پر انگریزی زبان میں بھیجتے ہیں، باقی تقریباً سب ذرائع سے خبریں اُردو میں آتی ہیں۔ ترجمے کے تقاضے یہ ہیں: سادگی، سلاست اور محاورۂ اُردو، پیچیدہ فقروں کی سادہ فقروں میں تقسیم۔ غیر ملکی اعداد، سکوں، اوزان اور فاصلوں کا مقامی روپ میں بیان اور غیر ملکی شہروں، شخصیتوں اور اِصطلاحوں کی ایسی معیاری املا، جس سے پڑھنے میں آسانی ہو۔

تصحیح میں زبان کی غلطیوں کی درستی کے علاوہ وہ تمام امور بھی شامل ہوتے ہیں جو ترجمے کے وقت پیش نظر رہتے ہیں۔

سوالات

۱ - سب ایڈٹنگ کسے کہتے ہیں اور اس کی ضرورت کیوں محسوس کی جاتی ہے؟
۲ - خبروں کے ادارتی عملے کا نظام کار واضح کیجیے۔
۳ - ''کریڈ'' کسے کہتے ہیں؟ تفصیل سے بیان کیجیے۔
۴ - چیف سب ایڈیٹر کے فرائض کیا ہوتے ہیں؟
۵ - تصحیح میں کن امور کا خیال رکھا جاتا ہے؟
۶ - ترجمے کے لوازم کیا ہیں؟
۷ - سب ایڈٹنگ کی علامتیں لکھیے اور اُن کی وضاحت کیجیے۔
۸ - فلیش کسے کہتے ہیں؟

سرخیاں

خبر کے عنوان کو سرخی کہتے ہیں - جب سے مطبوعہ صحافت کا آغاز ہؤا ہے سرخی کا رواج رہا ہے - لیکن ابتدا میں اس کا دائرہ بہت محدود تھا ، اور یہ لیبل کے طور پر استعمال ہوتی تھی - مثلاً لاہور کی خبر ، دہلی کی خبر ، جے پور کی خبر - اس کے بعد ملکی خبریں ، غیر ملکی خبریں جیسی سرخیاں شروع ہوئیں - پھر تیسرا دور آیا - اس میں ایسی سرخیاں ، دی جانی لگیں جن کا متن سے براہ راست تعلق ہوتا تھا - مثلاً شہر میں سکول کا قیام - لیکن سرخی ہمیشہ ایک کالمی ہوتی تھی - بڑی سرخیاں برعظیم پاک و ہند کی صحافت میں آئے تقریباً ۷۵ برس گزرے ہیں اور پچھلے چند سالوں میں اُردو صحافت میں سرخیوں کے کئی ایسے روپ داخل ہوئے ہیں جو یورپ اور امریکہ کی جدید صحافت کا طرۂ امتیاز ہیں -

سرخی کے مقاصد : راتھن برگ رقمطراز ہے :-

جدید انداز کی سرخی کے دو مقصد ہوتے ہیں :

الف - اس امر کی طرف فوری توجہ دلائے کہ اخبار میں مخصوص دلچسپی کی خبریں موجود ہیں -

ب - بےحد مصروف یا کاہل قارئین کو واقعات کا خلاصہ مہیا کر دے -"

اس کے مقابلے پر امریکہ کے ممتاز صحافی پلٹزر (Pulitzer) ایسی سرخیاں پسند کرتا تھا جن میں

"تصویر کشی بھی ہو اور تلخیص بھی - کوزے میں دریا بند کر دیا گیا ہو اور جو کسی کے عقیدے یا حسن ذوق کو مجروح کیے بغیر اُس کی توجہ کھینچ لے -"

برطانوی اخبار نویس منیزفیلڈ (Mansfield) بیان کرتا ہے :

''سرخی کا کام یہ ہے کہ ایک تو خبر کا مرکزی خیال اُجاگر کرے، دوسرے خبر کے رنگ اور لہجے کی عکاسی کرے ، خواہ وہ سنجیدہ ہو یا غیر سنجیدہ ۔ یہ بھی ضروری ہے کہ سرخی مواد سے ہمکنار ہو اور اس میں کوئی مبالغہ نہ ہو ۔''

سرخیوں کا سب سے زیادہ اہم کردار یہ ہے کہ وہ قارئین کی اس بارے میں رہنمائی کرتی ہیں کہ کون سی خبر زیادہ اہم ہے اور کون سی کم اہم ۔ اس سے قارئین کے ذہن کی تربیت ہوتی ہے اور وہ واقعات کی تقابلی اہمیت کا اندازہ کر سکتے ہیں ۔

آج کی صحافت میں سرخیوں کا ایک اور اہم کردار یہ ہے کہ وہ اخباری صفحات کے حسن و جمال میں اضافہ کرتی ہیں کیونکہ سرخیوں کی جسامت ، رنگ روپ اور کتابت میں بے پناہ تنوع پیدا کیا جا سکتا ہے ۔

اس بحث سے ہم سرخیوں کے مقاصد یوں معین کر سکتے ہیں :

۱۔ خبر کی تلخیص یا دلچسپ ترین یا اہم ترین پہلو کا بیان ۔

۲۔ قارئین کے لیے کشش

۳۔ خبروں کی تقابلی اہمیت کا اظہار

۴۔ صفحات کی آرائش میں مدد

سرخی کا اخلاقی پہلو : مینز فیلڈ لکھتا ہے :

''جس طرح مصنوعات پر جعلی لیبل لگانا قانون کی نظر میں جرم ہے اسی طرح خبروں پر گمراہ کن سرخیاں دینا اخلاق کی نظر میں جرم کی حیثیت رکھتا ہے ۔''

یہ حقیقت ہے کہ اکثر قارئین صرف سرخیوں پر انحصار کرتے ہیں ۔ اس لیے اگر سرخیاں غلط ہوں تو اس سے ہزارہا بلکہ لاکھوں افراد گمراہ

ہوتے ہیں - پس سب ایڈیٹر کا فرض ہے کہ وہ سرخی دیتے وقت بڑی احتیاط سے کام لے -

فنی پہلو: صحیح سرخی دینا محض اخلاقی فرض ہی نہیں فنی فریضہ بھی ہے - اس سلسلے میں اچھے اخباروں میں ان روایات پر عمل کیا جاتا ہے -

الف - جہاں تک ممکن ہو سرخی اُنہیں الفاظ سے بنائی جائے جو خبر کے ابتدائیہ میں موجود ہوں -

ب - اگر ابتدائیہ پیچیدہ ہو تو بہتر ہے اُسے دوبارہ لکھ لیا جائے اور پھر اُس کی بنیاد پر سرخی دی جائے -

ج - اگر الفاظ بدلے بغیر سرخی بنانا ممکن نہ ہو تو ایسے متبادل الفاظ استعمال کیے جائیں جن سے صحت معلومات میں کوئی فرق نہ آئے -

د - بعض اوقات سب ایڈیٹر محسوس کرتا ہے کہ خبر کے متن میں ایسا مواد موجود ہے جس سے ایک پرکشش سرخی بنائی جا سکتی ہے - ایسے میں ضروری ہے کہ مطلوبہ مواد کو ابتدائیے میں سمویا جائے اور پھر اُس پر سرخی لگائی جائے - جہاں تک ممکن ہو سرخیاں فقروں کے روپ میں دی جائیں - مثلاً

''محمد علی کلے پاکستان آئیں گے''

یا ''مشرق پاکستان میں اسلحہ کا کارخانہ قائم کیا جائے گا''

بعض اوقات اس طریق‌کار سے انحراف بھی کیا جاتا ہے - مثلاً

''شہدا کے بچوں کو وظائف''

یا ''مجاہدین کو پھانسی دینے کا مطالبہ''

بہرحال مؤثر سرخیاں وہی ہوتی ہیں جو فقروں کے روپ میں دی جاتی ہیں -

انگریزی زبان میں سرخیاں بنانا آسان ہے کیونکہ اس بات کا اندازہ کرنا آسان ہوتا ہے کہ فلاں قسم کے ٹائپ میں ایک کالمی یا دو کالمی یا

اس سے بھی بڑی سرخی میں کتنے یونٹ ہونے چاہیں - انگریزی زبان میں حروف نہیں یونٹ گنے جاتے ہیں کیونکہ بعض حرف بڑے ہوتے ہیں اور بعض چھوٹے - ایف ، ایل ، آئی اور ٹی کو آدھا آدھا یونٹ قرار دیا جاتا ہے - ایم اور ڈبلیو کو ڈیڑھ ڈیڑھ یونٹ سمجھا جاتا ہے - باقی تمام حروف ایک ایک یونٹ ہوتے ہیں - جو حرف Capital ہو وہ ڈیڑھ یونٹ سمجھا جاتا ہے لیکن اس قسم کے ایم اور ڈبلیو کو دو یونٹ اور آئی کو آدھ یونٹ ہی قرار دیا جاتا ہے - اس طرح سب ایڈیٹر اپنی سرخی کے یونٹ گن کر اندازہ کر سکتا ہے کہ وہ مطلوبہ جگہ میں سمائے گی یا نہیں - بلکہ انگریزی اخباروں میں ایک اور آسانی ہوتی ہے کہ معیاری سرخیوں کے چارٹ بنا لیے جاتے ہیں اور ہر سرخی کا ایک نمبر دے دیا جاتا ہے - اس طرح سب ایڈیٹر ٹائپ کی قسم اور سرخی کی قسم درج کرنے سے بھی آزاد ہو جاتا ہے اور صرف نمبر دے دیتا ہے -

اردو کتابت میں یہ آسانی موجود نہیں کیونکہ اردو زبان میں حروف الگ الگ نہیں ہوتے بلکہ آپس میں یوں جڑتے ہیں کہ اپنا اصل روپ کھو بیٹھتے ہیں - ایسے میں یونٹ کے قاعدے بنانا ممکن نہیں رہتا - اس لیے اردو صحافت میں ایک مطلوبہ جگہ میں سمانے والی سرخی کے الفاظ کی تعداد میں صرف اندازے سے کام لیا جاتا ہے - چونکہ کاتب کسی تھوڑے الفاظ کی سرخی کو پھیلا کر لکھتا ہے تاکہ وہ مطلوبہ جگہ گھیر لے اور زیادہ الفاظ کی سرخی کو گنجان کرکے لکھتا ہے اور دونوں صورتوں میں صفحے کے حسن میں فرق آ جاتا ہے اس لیے سب ایڈیٹر کا فرض ہے کہ ایسی سرخی بنائے جو ایک معیاری کتابت کے ذریعے سے مطلوبہ جگہ میں سما جائے -

سرخیوں کے فن کا ایک پہلو یہ بھی ہے کہ ان میں اپنی رائے کا اظہار نہ کیا جائے - نیز سرخی کا مطلب بالکل واضح ہو - اس میں ابہام نہ پایا جائے - الفاظ میں تکرار نہ ہو اور الفاظ کی ترتیب ایسی ہو کہ پڑھنے والے کے ذہن پر کوئی بوجھ نہ پڑے - کبھی کبھی کسی دلچسپ خبر کی نوعیت ایسی ہوتی ہے کہ اس پر مزاحیہ سرخی بھی پھب جاتی

ہے لیکن اس میں یہ خیال رکھنا ضروری ہے کہ تہذیب اور شائستگی کا دامن نہ چھٹے ۔

چند اصطلاحات : سرخی کی لمبائی کا اندازہ کالموں کے حساب سے کیا جاتا ہے ۔ مثلاً جو سرخی ایک کالم کی چوڑائی میں سما جائے اسے **یک کالمی** سرخی کہتے ہیں ۔ اسی طرح دو کالموں کی چوڑائی میں سمانے والی سرخی **دو کالمی** کہلاتی ہے ، وغیرہ وغیرہ ۔ جو سرخی صفحے کے اوپر تمام کالموں پر چھائی ہوئی ہو اُسے انگریزی میں Ribon ، Streamer یا Banner کہتے ہیں ۔ اردو میں یہی اصطلاحات استعمال ہوتی ہیں ۔ اس کا ترجمہ شاہ سرخی بھی کیاجاتا ہے ۔ لیکن دقت یہ ہے کہ first lead کا ترجمہ بھی یہی ہے ۔ فرسٹ لیڈ اُس خبر کو کہتے ہیں جسے اخبار میں صفحۂ اول پر اول درجے کی حیثیت دی جاتی ہے اور اس کے لیے ضروری نہیں کہ سارے کالموں پر محیط ہو ۔

جب کسی سرخی کے اوپر نسبتاً خفی قلم میں کچھ الفاظ خط کشیدہ ہوں تو اُسے انگریزی میں overall کہا جاتا ہے ۔ اردو میں اس کے لیے انگریزی لفظ "o" کی علامت استعمال کی جاتی ہے ۔ بہرحال اسے خط کشیدہ سرخی کا نام دیا جاتا ہے ۔ مثال ملاحظہ ہو :

سلامتی کونسل کو پاکستان کا نیا مراسلہ

کشمیریوں پر انسانیت سوز مظالم ڈھائے جا رہے ہیں

بڑی سرخیاں عام طور پر دو منزلہ ، سہ منزلہ بلکہ بعض اوقات چار منزلہ دی جاتی ہیں ۔ انگریزی میں منزل کے لیے ڈیک (Deck) یا بنک (Bank) کے الفاظ استعمال کیے جاتے ہیں ۔ دو منزلہ سرخی کی مثال ملاحظہ ہو :

بھارت کو سرحدوں پر اشتعال انگیزی کا نتیجہ بھگتنا ہوگا

چین کی طرف سے بھارت کے جنگباز حکمرانوں کو انتباہ

گویا سرخی دو حصوں میں تقسیم ہو تو اُسے دو منزلہ کہتے ہیں۔ تین حصوں میں تقسیم ہو تو سہ منزلہ کہتے ہیں۔

چوکھٹا نما سرخی اُس سرخی کو کہتے ہیں جسے زیادہ نمایاں کرنے کے لیے اُس کے گرد چوکھٹا دے دیتے ہیں۔ مثلاً

مویشیوں کی افزائشِ نسل
میں سائنسی طریقے
استعمال کیجئے
: ملک امیر محمد خاں :

ری ورس (Reverse) اُس سرخی کو کہتے ہیں جس کا پس منظر سیاہ یا کسی اور رنگ کا ہو لیکن الفاظ سفید ہوں۔ مثلاً

بیدیاں نہر پاکستان کی فتح کی مظہر ہے

اس طریقے کو خط کشیدہ سرخی کے لیے بھی استعمال کیا جاتا ہے۔ نیز بعض اخبار لیبل سرخیاں بھی اس انداز میں دیتے ہیں۔

لیبل سرخی : اس مستقل سرخی کو کہتے ہیں جو خبروں کے کسی شعبے کو ممیز کرنے یا کسی مستقل فیچر پر دی جاتی ہے۔ مثلاً

ریڈیائی پروگرام

یا

اخبارِ جہاں

ضمنی یا ذیلی سرخی اُس چھوٹی سرخی کو کہتے ہیں جو مضمون یا خبر کے مختلف حصوں پر دی جاتی ہے۔ اگر اِسے کالم کے دائیں گوشے یا بغل میں دیا جائے تو اسے بغلی سرخی کہتے ہیں۔

جب خبر کا بقیہ کسی دوسرے صفحے پر دینا ہو تو باقی مواد سے ممیز کرنے کے لیے اُس پر جو سرخی دی جاتی ہے اُسے بقیہ سرخی کا نام دیا جاتا ہے۔ اس سرخی کا اصل سرخی سے ضرور تعلق رکھا جاتا ہے تاکہ پہچان میں آسانی ہو جائے۔

یک کالمی سرخیوں کے چند روپ

۱۹۶۲ء تک اُردو اخباروں میں عام طور پر یک کالمی سرخیوں کا انداز یکساں رہا۔ ایک سطری یا دو سطری سرخی دی جاتی تھی اور زیادہ تکلف کیا تو دو منزلہ سرخی دے دی۔ بہر حال اس کے بعد جب میک اپ کے نئے روپ وجود میں آئے تو یک کالمی سرخیوں کے روپ بھی بدلے۔ اور یہ سب مغربی ممالک کی عوام پسند صحافت سے لیے گئے۔ ہم پہلے مغربی صحافت کی سرخیوں کا ذکر کریں گے اور مثالیں اُردو میں دیں گے اور پھر بتائیں گے کہ ہمارے ہاں انھیں کس طرح اپنایا گیا اور ابھی کتنی اور گنجائش باقی ہے۔

زینہ نما یا Drop-Line زینہ نما سرخی میں تین سطریں ہوتی ہیں جو زینہ کی طرح دی جاتی ہیں۔ مثلاً

کانگو میں

حکومت کا تختہ

اُلٹ دیا گیا

آویزاں حاشیہ یا (Hanging Indention) **:** آویزاں حاشیہ سے ایسی تین سطری یا اس سے زیادہ سطور پر مشتمل سرخی مراد ہوتی ہے جس کی پہلی سطر کالم کے ایک سرے سے دوسرے سرے تک اور باقی دو یا تین سطریں دائیں جانب تھوڑا سا حاشیہ چھوڑ کر بائیں سرے تک پہنچتی ہیں - مثلاً

بیس ہزار امریکی شہری
کل واشنگٹن میں
مظاہرہ کریں گے

مثلث معکوس : Inverted pyramid یا مثلث معکوس میں پہلی سطر بڑی ہوتی ہے ، دوسری اس سے چھوٹی ہوتی ہے ، تیسری اُس سے بھی چھوٹی ہوتی ہے ور یوں مثلث معکوس یا اُلٹی تکون کی سی صورت بن جاتی ہے - مثلاً

طلائی چوڑیاں اور بالیاں
دفاعی فنڈ میں
دے دیں

فلش سرخی : انگریزی صحافت میں Flush-left سرخی سے ایسی سرخی مراد ہوتی ہے جس میں دو ، تین یا اس سے بھی زیادہ سطریں کالم کے بائیں کنارے سے شروع ہوتی ہیں لیکن دائیں کنارے تک نہیں پہنچتی اور سطروں کی لمبائی پر کوئی پابندی نہیں ہوتی - اُردو زبان چونکہ دائیں سے بائیں لکھی جاتی ہے اس لیے اُردو میں یہ Flush-right سرخی ہو جاتی ہے - سطریں کالم کے دائیں کنارے سے شروع ہوتی ہیں - مثلاً

کانگو میں
حکومت کا تختہ
اُلٹ دیا گیا

دوھرا فلش : اِسے انگریزی زبان میں Flush-right and left کہتے ہیں - کیونکہ سرخی کی ساری سطریں کالم کے دائیں کنارے سے بائیں کنارے تک پہنچتی ہیں - مثلاً

بھارتی مظالم بند نہ ہوئے تو
حالات نازک ہو جائیں گے
اُوتھان کو ابراہیم کا برقیہ

سوائے فلش سرخی کے باقی سب قسم کی سرخیوں کے الفاظ اور اُن کی موٹائی کا حساب کرنا پڑتا ہے اور اس پر وقت صرف ہوتا ہے، اس لیے فلش سرخی کو ترجیح دی جاتی ہے اور تنوع کے لیے اس میں کچھ تبدیلیاں کر دی جاتی ہیں۔ اُردو صحافت میں بھی یہی کیفیت ہے۔ چنانچہ ہم نمونے کے طور پر پاکستانی اخباروں سے چار سرخیاں پیش کرتے ہیں:

متاثرہ افراد کو
باعزت زندگی بسر کرنے
کے لئے محنت کرنی چاہیئے

محمد علی کلے
نے پیٹرسن کو
ہرا دیا

وہ علی گڑھ یونیورسٹی
کو خیر باد کہہ کر
وطن کی جنگ آزادی میں
شریک ہو گئے

کلکتہ جیل میں
دو پاکستانی باشندے
شہید ہو گئے

بھارت سے پاکستان کا احتجاج

جس ترتیب سے یہ الفاظ لکھے ہوئے ہیں اُس ترتیب سے سب ایڈیٹر لکھتا ہے اور کاتب کو ہدایت دیتا ہے کہ سرخی کو کتنی جگہ میں لکھا

جائے۔ جگہ کا حساب کالم کی عام خفی سطروں سے کیا جاتا ہے۔ مثلاً
سُرخی نمبر ۱ ''چھ سطری'' ہے۔ نمبر ۲ ''بارہ سطری'' ہے۔ نمبر ۳
''گیارہ سطری'' ہے اور نمبر ۴ ''آٹھ سطری'' ہے۔ ہدایات یوں
جاتی ہیں :

دوسری سرخی: بارہ سطری ، جلی ، خط کشیدہ
تیسری سرخی : گیارہ سطری ، خط کشیدہ
چوتھی سرخی :آٹھ سطری ، عربی

اردو صحافت میں آویزاں حاشیہ ، زینہ نما ، مثلث معکوس اور دوہرا فلش قسم کی سرخیاں بھی تنوع کی خاطر دی جاسکتی ہیں بشرطیکہ الفاظ اور اُن کی موٹائی کا حساب کرنے کے لیے وقت موجود ہو۔

دو کالمی ، تین کالمی یا اس سے بڑی سرخی دینے کے لیے کاتب کو ہدایت دینے کے دو طریقے ہیں۔ یا تو ''دو کالمی'' یا ''تین کالمی'' کے الفاظ درج کر دیے جاتے ہیں یا II ، III کی علامتیں دی جاتی ہیں۔

خلاصہ

سرخیوں کے مقاصد یہ ہیں : خبر کی تلخیص یا دلچسپ ترین یا اہم ترین پہلو کا بیان۔ قارئین کے لیے کشش ، خبروں کی تقابلی اہمیت کا اظہار ، صفحات کی آرائش میں مدد۔ بہت سے قارئین صرف سرخیاں پڑھتے ہیں۔ اس لیے غلط ، غیر صحیح یا گمراہ کن سرخیاں دینا ایک اخلاق جرم ہے۔ جہاں تک ممکن ہو سرخی کے الفاظ ابتدائیہ کے الفاظ میں سے لیے جائیں۔

سرخیاں فقروں کے روپ میں دی جائیں۔ اُن میں الفاظ اتنے ہی ہوں جو معیاری کتابت کے ذریعے سے مطلوبہ جگہ میں سما جائیں۔ سرخیوں میں اظہار رائے ، ابہام اور تکرار الفاظ نہیں ہونا چاہیے۔

سرخیوں کی لمبائی کا اندازہ کالموں کے حساب سے کیا جاتا ہے۔ چوڑائی کا اندازہ کالم کی عام سطروں کی تعداد سے کیا جاتا ہے۔ سرخیوں کی چند اصطلاحات یہ ہیں : شہ سرخی ، خط کشیدہ سرخی ، دو منزلہ اور

سہ منزلہ سرخیاں ، چوکھٹا نما ، ری ورس ، لیبل سرخی ، ضمنی یا ذیلی سرخی ، بغلی سرخی -

یک کالمی سرخیوں کے چند نئے روپ یہ ہیں : زینہ نما ، آویزاں حاشیہ ، مثلث معکوس ، فلش سرخی ، دوہرا فلش -

سوالات

۱ - سرخیوں کے مقاصد بیان کیجیے -

۲ - سرخی کے اخلاق پہلو کے بارے میں آپ کیا جانتے ہیں ؟

۳ - سرخی کے تکنیکی تقاضے کیا ہیں ؟

۴ - ان اصطلاحات کی تشریح کیجیے : شہ سرخی ، خط کشیدہ سرخی ، دو منزلہ سرخی ، چوکھٹا نما ، ری ورس ، لیبل سرخی ، بغلی سرخی -

۵ - یک کالمی سرخیوں کے نئے روپ کون کون سے ہیں - ان میں سے آپ کو کون سا پسند ہے اور کیوں ؟

میک اپ یا ترتیب و تزئین

تھیٹر کی اصطلاح میں میک آپ اس بہروپ کو کہتے ہیں جو کوئی اداکار کسی خاص کردار کو ادا کرنے کے لیے بھرتا ہے - ضروری نہیں کہ بہروپ کا مقصد افزائش حسن ہو - کسی چہرے کو خوفناک روپ دینے کا نام بھی میک آپ ہے - میک آپ کا لفظ عورتوں کے سنگار کے لیے بھی استعمال ہوتا ہے- یہاں اس کا واحد مقصد یہی ہے کہ حسن کو پر کشش بنایا جائے - غازہ و روغن اور سرخی اور مسی کے لیے بھی میک آپ کا لفظ برتا جاتاہے - طباعت میں اس سے کالم بندی اور صفحہ بندی مراد ہیں - اخباری اصطلاح میں صفحات کی ترتیب و تزئین کو میک اپ کا نام دیا جاتا ہے -

میک اپ کے مقاصد

صفحات کی ترتیب و تزئین سے مراد یہ ہے کہ خبریں ، مضامین ، تصاویر ، کارٹون ، نقشے ، خاکے اور اشتہار ایک خاص ترتیب کے ساتھ صفحات پر پیش کیے جائیں - اس ترتیب میں مندرجہ ذیل امور پیش نظر رکھے جاتے ہیں -

۱ - اخبار کے اجزائے ترکیبی یوں پیش کیے جائیں کہ اُن گی تلاش بھی آسان ہو جائے اور مطالعہ بھی -

۲ - خبروں کی اہمیت کے لحاظ سے اُن کی درجہ بندی کر دی جائے -

۳ - صفحات خوبصورت معلوم ہوں -

جہاں تک خوبصورتی کا تعلق ہے یہ ایک اضافی اصطلاح ہے کیونکہ حسن کے بارے میں مختلف زوایہ ہائے نگاہ موجود ہیں- جو چیز ایک شخص کے نزدیک حسین ہے ضروری نہیں کہ دوسرے کے نزدیک بھی حسین ہو - اسی طرح میک آپ کو اگر افزائش حسن کے نقطۂ نگاہ سے دیکھا جائے

تو اس کے بھی مختلف تصور موجود ہیں کیونکہ میک اَپ میں کسی کی شخصیت اور کردار کی عکاسی ہوتی ہے ۔ ایک شوخ و شنگ عورت شوخ رنگوں کے لباس زیب تن کرتی ہے اور غازہ و سرخی میں بھی اسی معیار کو پیش نظر رکھتی ہے ۔ اس کے برعکس ایک ثقہ اور سنجیدہ عورت ہلکا پھلکا میک اَپ کرتی ہے ۔ یہی حال اخباروں کا ہے۔ ایک سنسنی خیز اور ہنگامہ پسند اخبار کے صفحات پر چیختی ، چلاتی اور دہاڑتی سرخیوں کا ہجوم ہوگا ۔ اس کے مقابلے پر ایک سنجیدہ اخبار میں بڑی بڑی سرخیاں کم ہوں گی اور ان کی پیشکش میں بھی توازن اور رکھ رکھاؤ سے کام لیا جائے گا ۔ ان دونوں کے بین بین شخصیت کے حامل اخبارات کا رنگ روپ ان دونوں کے بین بین ہوگا ۔

اس مسئلے پر ایک امریکی صحافی میلکم بنگے (Malcolm W. Bingay) نے بڑی خوش اسلوبی سے روشنی ڈالی ہے ۔ وہ لکھتے ہیں :

> ''بعض اخبارات کے صفحہ' اول کو دیکھ کر قاری کو یوں احساس ہوتا ہے جیسے ایک پراگندہ طبع اور بد حواس عورت اُس سے مخاطب ہے اور ساری باتیں بیک وقت کہ دینا چاہتی ہے ، لیکن ایسے اخبار بھی موجود ہیں جنھیں پڑھتے ہوئے قاری محسوس کرتا ہے کہ اُس سے ایک ایسی شائستہ اور شگفتہ شخصیت مخاطب ہے جس کے ذہن میں ضبط و نظم موجود ہے ۔ یہ شخصیت ہر موضوع کو باری باری پیش کرتی ہے ۔ ان کی اہمیت کو اُجاگر کرتی ہے اور ایسے معاملات کی طرف بڑے ہلکے پھلکے انداز میں اُس کی توجہ دلاتی ہے جو دلچسپ ہیں ، تفریح طبع کا باعث ہیں لیکن زیادہ ضروری نہیں ہیں ۔''

بہر حال ان دو اقسام کے اخباروں کے بین بین ایک تیسری قسم بھی موجود ہے۔ یعنی ایسے عوام پسند اخبار ، جو زیادہ پڑھے لکھے لوگوں کے لیے مخصوص نہیں ہوتے اور ان کے قارئین کا جمالیاتی ذوق بھی عوام پسند ہوتا ہے - چنانچہ ان اخباروں میں سرخیوں اور تصویروں کا ہجوم ہوتا ہے اور بسا اوقات ایک ہی وقت پر ایک سے زیادہ مقامات پر توجہ مرتکز ہونے لگتی ہے -

اہمیت کے لحاظ سے خبروں کی درجہ بندی میں بھی ایک اضافی پہلو موجود ہوتا ہے کیونکہ ''اہمیت'' کا دار و مدار اخبار کے پڑھنے والوں کی غالب اکثریت کے ذوق پر ہوتا ہے اور ضروری نہیں کہ جن خبروں کو ایک اخبار میں زیادہ اہمیت دی جاتی ہے اُنھیں دوسرے اخباروں میں بھی وہی اہمیت حاصل ہو -

میک اپ کے اصول

اخبار کے اجزائے ترکیبی کی سجاوٹ کے تصور مختلف ہو سکتے ہیں - اہمیت کے اعتبار سے خبروں کی ترتیب اور درجہ بندی میں بھی خیالات کا فرق ہو سکتا ہے ، لیکن ایک مقصد میں کوئی اختلاف نہیں کہ خبروں کی تلاش اور مطالعہ میں زیادہ سے زیادہ آسانی پیدا کی جائے - یہ بنیادی مقصد ہے - باقی دونوں مقصد ثانوی حیثیت رکھتے ہیں -

میک اَپ کے دو بڑے اصول ہیں :

اول : بوقلمونی اور تنوع

دوم : متناسب سپیدی

بوقلمونی اور تنوع سے موضوعات کی رنگا رنگی مراد نہیں - اس کا مطلب یہ ہے کہ پیشکش کے انداز میں رنگا رنگی موجود ہو - جن زبانوں کا رسم الخط رومن ہے اُن کے بے شمار قسم کے ٹائپ موجود ہیں - متن کے لیے بھی اور سرخیوں کے لیے بھی - اس لیے ان زبانوں کی صحافت میں میک اَپ نسبتاً آسان ہے - یہاں صرف جمالیاتی حس درکار ہے تاکہ ایک تو ٹائپ کی چند قسموں کا انتخاب کر لیا جائے دوسرے اُسے اس طرح مختلف سرخیوں اور متنوں میں استعمال کیا جائے کہ بوقلمونی اور تنوع بھی پیدا ہو

جائیں اور صفحے کے حسن میں بھی اضافہ ہو - اس کے مقابلے ہر عربی زبان کی صحافت میں میک اپ کا کام مشکل ہے کیونکہ ٹائپ کی اقسام محدود ہیں - فارسی زبان کی صحافت میں نسخ ٹائپ استعمال ہوتا ہے اور اس کی مشکلات بھی عربی زبان کی صحافت کے برابر ہیں - البتہ ایک فرق ہے کہ فارسی اخباروں میں بعض مضامین اور مستقل فیچروں کے عنوان نستعلیق رسم الخط میں دیے جاتے ہیں، لیکن ان کے لیے ٹائپ استعمال نہیں ہوتا - انھیں خوشنویس لکھتے ہیں اور پھر بلاک بنا لیے جاتے ہیں - چونکہ بلاک بنانے میں وقت لگتا ہے اس لیے خبروں کے صفحات پر ایسے عنوان دینے عام طور پر مشکل ہوتے ہیں -

اُردو زبان کی طباعت کے لیے نسخ ٹائپ موجود ہے - اس کی مشکلات وہی ہیں جو فارسی اور عربی صحافت سے تعلق رکھتی ہیں اور اُردو صحافت میں ٹائپ کی طباعت کا رواج ہی نہیں - یہ دنیا کی واحد زبان ہے جس کے اخباروں کا سارا مواد ہاتھ سے لکھا جاتا ہے - اس میں کچھ قباحتیں ہیں (جن کا ذکر کسی اور باب میں ہو گا) اور کچھ فوائد بھی ہیں - اگر کسی اخبار کے عملے میں ماہر خطاط اور خوشنویس موجود ہوں تو وہ سرخیوں اور متن کی کتابت میں بے پناہ تنوع پیدا کر سکتے ہیں - مثلاً

۱ - نستعلیق میں ہر سائز کی سرخیاں دے سکتے ہیں کیونکہ ٹائپ ڈھالنے کا تو سوال ہی پیدا نہیں ہوتا، صرف قلم مطلوبہ سائز کے مطابق بنانا ہوتا ہے -

۲ - ایسی سرخیاں بنا سکتے ہیں، جن کی زمین سیاہ ہو اور الفاظ روشن -

۳ - خبروں کے تعارفی جملے جلی حروف میں دے سکتے ہیں - اسی طرح متن کا کوئی اہم حصہ دیا جا سکتا ہے -

۴ - نسخ رسم الخط میں سرخیاں دے سکتے ہیں - تعارفی جملے بھی لکھ سکتے ہیں اور دلچسپ اور ہلکی پھلکی مختصر خبروں کو اسی رسم الخط میں لکھ کر چوکھٹوں میں پیش کر سکتے ہیں -

۵ - طغرا پڑھنے میں دقت ہوتی ہے، لیکن اگر ایک ہی مقام پر

مستقل طور پر دیے جانے والے فیچر کی مستقل سرخی طغرے کے روپ میں دے دی جائے تو کوئی مضائقہ نہیں ۔

۶ ۔ بعض فیچروں کے عنوان کوفی ، شکستہ یا شفیعا رسم الخط میں دیے جا سکتے ہیں بشرطیکہ اُن کے پڑھنے میں دقت نہ ہو ۔

۷ ۔ ایک آدھ مضمون میں بڑا یا ضمنی عنوان عمودی انداز میں دیا جا سکتا ہے یعنی پہلا لفظ لکھ کر اُس کے نیچے دوسرا لفظ اور اس کے نیچے تیسرا لفظ لکھ دیا جائے ۔

یہاں تک تو ہم نے بتایا ہے کہ خوشنویس تنوع پیدا کرنے کے لیے کیا کچھ کر سکتے ہیں ۔ اب ہمیں یہ دیکھنا ہے کہ اخباری آرٹسٹ اس میں کیسے مدد دے سکتا ہے ۔ بعض مستقل فیچروں کے عنوانات کے ڈیزائین بنائے جاتے ہیں جو مستقل طور پر دیے جاتے ہیں ۔ مضامین میں رونق پیدا کرنے کی غرض سے چھوٹے چھوٹے خاکے بنا دیے جاتے ہیں ۔ جب کوئی بہت بڑا واقعہ ہو یا کوئی بہت بڑی خبر آئے تو اس کی پیشکش میں زیادہ ڈرامائی اثر پیدا کرنے کے لیے آرٹسٹ کی خدمات حاصل کی جاتی ہیں ۔ مثلاً کسی ملک میں جنگ چھڑ جائے تو صفحۂ اول پر سرخیوں کے اوپر طیاروں ، توپوں اور ٹینکوں کے خاکے دیے جاتے ہیں ۔ بجٹ کا اعلان ہو تو اس کے نمایاں نقوش کی تصویری پیشکش قارئین کے لیے آسانی کا موجب ہوتی ہے ۔

تنوع کے دوسرے عناصر یہ ہیں : چوکھٹے ، چوکھٹا نما خبریں ، تصاویر ، کارٹون ، خاکے اور نقشے ۔ ان عناصر کو اگر صفحے بھر پر اس طرح پھیلایا جائے کہ خوبصورتی میں اضافہ ہو جائے تو اس سے تنوع پیدا کیا جا سکتا ہے ۔

میک اپ کا دوسرا بڑا اصول ''متناسب سپیدی'' کے نام سے مشہور ہے ۔ جس طرح ایک تصویر روشنی اور سائے کے ایک متناسب اور فن کارانہ امتزاج سے عبارت ہوتی ہے اسی طرح اخبار کے صفحے کا حسن ان دونوں کے امتزاج سے پیدا ہوتا ہے ۔ اس میں سائے سے مراد چھپا ہؤا مواد ہے

اور روشنی سے مراد وہ سپیدی ہے جو کاغذ کے غیر مطبوعہ حصوں میں نظر آتی ہے۔ اگر یہ سپیدی متناسب انداز میں موجود ہو تو اس کے یہ فائدے ہوتے ہیں۔

الف۔ صفحہ صاف اور اُجلا نظر آتا ہے۔

ب۔ صفحہ کی عمومی صورت میں ایک نکھار سا پیدا ہو جاتا ہے۔

ج۔ خاص خاص چیزوں کی طرف توجہ دلانے میں آسانی ہو جاتی ہے۔

سپیدی ان چیزوں سے پیدا ہوتی ہے:

۱۔ سرخیاں۔ ان کے ارد گرد بہت سی جگہ خالی رہتی ہے۔

۲۔ ذیلی یا بغلی سرخیاں۔ مسلسل کتابت شدہ مواد سے جو تاریکی پیدا ہوتی ہے وہ ان سرخیوں سے جا بجا چھٹ جاتی ہے۔

۳۔ حاشیہ چھوڑ کر دیے جانے والے پیرا گراف۔ خبر کے متن کے بعض حصے اس طرح دینے سے اُن کے دونوں جانب سپیدی نکل آتی ہے۔

۴۔ نقشوں، کارٹون اور خاکوں میں خالی رہنے والی جگہیں۔

۵۔ Leading: سطروں کے درمیان عام فاصلے سے زیادہ فاصلہ پیدا کرنے کے لیے ٹائپ کی طباعت میں طریقہ یہ ہے کہ ایک سطر کمپوز شدہ ہوتی ہے۔ اس کے بعد سکے کی ایک لائن اس طرح لگائی جاتی ہے کہ اُس کی بالائی سطح ٹائپ کے اُبھرے ہوئے حرف کی سطح سے نیچی ہوتی ہے۔ اس کے بعد پھر کمپوز شدہ سطر ہوتی ہے اور پھر سکے کی لائن رکھ دی جاتی ہے۔ اسی طرح سارا مواد کمپوز ہو جاتا ہے۔ یہ جب چھپتا ہے تو ہر سطر کا درمیانی فاصلہ زیادہ نظر آتا ہے۔ انگریزی زبان میں سکے کو Lead کہتے ہیں اور چونکہ ہر سطر کے بیچ میں سکے کی لائن رکھ دی جاتی ہے اس لیے اس طریق کار کو Leading کا نام دیا جاتا ہے۔ کتابت میں اتنے لمبے چوڑے تکلف کی ضرورت نہیں ہوتی۔ بس کاتب ہر سطر کے بعد معمول سے زیادہ فاصلہ چھوڑ کر کتابت کرتا ہے۔ کتابت کا یہ طریقہ ایک آدھ مستقل کالم یا

مضمون کے لیے اختیار کیا جاتا ہے۔

۶ - Spacing : اس کا مطلب یہ ہے، لفظوں کے درمیان معمول سے زیادہ فاصلہ چھوڑنا۔

۶ - کالم کی لکیروں کا حذف کرنا : کالم کی لکیریں ہوں یا خبروں کو ایک دوسرے سے الگ کرنے والی لکیریں، ان کے لیے انگریزی کا لفظ رول (Rule) اُردو اخباروں میں عام طور پر رائج ہے۔ جدید میک اپ کے علمبردار بڑے بڑے غیر ملکی اخبار ان لکیروں کو حذف کر دیتے ہیں اور مختلف کالموں کے درمیان جو سپیدی ہوتی ہے اُسی کو لکیر کا بدل سمجھ لیا جاتا ہے۔ بعض اخباروں میں کالم کی لکیریں ایک محدود پیمانے پر حذف کی جاتی ہیں۔ مثلاً جب کوئی مضمون چھاپا جاتا ہے تو اُس کے عنوان کے نیچے جتنے کالموں میں مضمون سماتا ہے ان کے درمیان سے لکیریں اُڑا دی جاتی ہیں اور صرف سپیدی باقی رہ جاتی ہے۔

بہر حال ان تمام امور میں افراط و تفریط سے گریز لازمی ہے۔ بہت زیادہ سپیدی بھی اچھی معلوم نہیں ہوتی۔ سطروں کے درمیان زیادہ فاصلے کی ترکیب کے کثرت استعمال سے یہ خطرہ ہو گا کہ کالم کی سطروں کی تعداد گھٹ جائے گی اور کم مواد سمائے گا۔ لفظوں کے درمیان زیادہ فاصلہ چھوڑنے کی ترکیب میں بھی اگر حدود سے تجاوز ہوگا تو نہ صرف کم مواد آئے گا بلکہ ایسی چیزوں کو پڑھنے میں بھی دقت ہو گی کیونکہ نظر کو بار بار اُچھلنا پڑے گا۔ پس ہم اس نتیجے پر پہنچتے ہیں کہ کوئی ترکیب حد سے زیادہ عمل میں نہ لائی جائے۔ رہی حد فاصل، تو اس کا علم مشق ہی سے ہوتا ہے۔

میک اپ کے بنیادی قاعدے

ہر اخبار کا میک اَپ دوسرے سے مختلف ہوتا ہے لیکن چند بنیادی قاعدے ایسے ہیں جن کی پابندی سبھی کرتے ہیں۔ انھیں ذیل میں درج کیا جاتا ہے:

۱ - بڑی سرخیاں ہمیشہ صفحے کے اُوپر دی جاتی ہیں - اگر نچلے حصے میں بھی بڑی سرخی کی ضرورت پیش آئے تو اسے دینے میں مضائقہ نہیں لیکن اُس کی موٹائی بالائی سرخی سے کم ہونی ضروری ہے -

۲ - تین سطری یک کالمی سرخیاں ہوں یا عام دو کالمی سرخیاں ، اگر ایک ہی قلم سے لکھی ہوئی ایسی سرخیاں ایک دوسری کے پہلو بہ پہلو دی جائیں تو وہ ایک دوسری سے خلط ملط معلوم ہوتی ہیں اور کالم کی لکیریں اتنی پتلی ہوتی ہیں کہ انھیں نظری طور پر الگ الگ کرنے سے قاصر رہتی ہیں - اس صورت سے بچنے کی تدابیر یہ ہیں :

الف - سرخیاں مختلف موٹائی کے قلم سے لکھی جائیں -

ب - اگر تین خبریں ایک دوسری کے پہلو بہ پہلو دینی ہوں تو درمیان کی خبر پر دو کالمی سرخی دے دی جائے اور باقی دونوں خبریں یک کالمی سرخی سے دی جائیں -

۳ - پہلے صفحے پر چھوٹی چھوٹی یک کالمی خبریں کثرت سے دی جاتی ہیں - ان کا فائدہ یہ ہوتا ہے کہ کالم گنجان معلوم نہیں ہوتے اور خبروں میں بھی تنوع پیدا ہو جاتا ہے -

۴ - جہاں تک ممکن ہو ، لمبی خبریں دینے سے گریز کیا جاتا ہے - کیونکہ ان سے لوگ اُکتا جاتے ہیں ، بالخصوص آج کی دنیا میں جب ریڈیو سے دن بھر خبریں نشر ہوتی رہتی ہے - بہر حال بعض اہم خبریں ایسی ہوتی ہیں جنھیں تفصیل سے دینا ضروری ہوتا ہے -

۵ - بعض اخبار صفحۂ اول پر زیادہ سے زیادہ خبریں دینے کے جنون میں ایسی صورت پیدا کر دیتے ہیں کہ کئی خبروں کے بقیے دوسرے صفحات پر دینے پڑتے ہیں - یہ رسم اچھی نہیں - کیونکہ اکثر پڑھنے والے بار بار ''باقی بر صفحہ فلاں'' دیکھ کر تنگ آ جاتے ہیں اور بسا اوقات بقیہ پڑھنے کی تکلیف گوارا نہیں کرتے -

۶ - اندر کے صفحات پر کوئی کالم ایسا نہ ہو ، جس کے اُوپر کوئی عنوان نہ ہو۔

۷ - ایک دوسرے سے لاتعلق تصاویر پہلو بہ پہلو دینا قاعدے کے خلاف ہے -

۸ - کوئی تصویر ، کارٹون ، نقشہ یا خاکہ اشتہار کے ساتھ نہ لگایا جائے -

۹ - پڑھنے کا مواد کسی اشتہار کے نیچے دینا غلط ہے - البتہ اخبار کے نام کی تختی کے دائیں اور بائیں گوشے کے چھوٹے اشتہار اس سے مستثنیٰ ہیں -

۱۰ - شخصیات کی جو تصویریں دی جاتی ہیں اُن کے بارے میں یہ خیال رکھا جاتا ہے کہ اگر چہرے کا ایک رخ دکھایا گیا ہو تو وہ رخ پڑھنے کے مواد کی جانب ہو - یہ نہ ہو کہ پڑھنے کا مواد ایک طرف ہے اور شخصیت کا منہ دوسری طرف پھرا ہے -

۱۱ - جب کوئی خبر چوکور لکیر کے اندر دی جاتی ہے تو اسے چوکھٹا کہتے ہیں ، لیکن اچھے اخبار ایک صفحے پر دو سے زیادہ چوکھٹے نہیں دیتے- اگر دو سے زیادہ خبریں چوکھٹے میں دیے جانے کے قابل ہوں تو اُن کے لیے چوکھٹے کا تاثر (Box effect) دیا جاتا ہے - اس کا طریقہ یہ ہے کہ دائیں بائیں کالم کی لکیریں تو پہلے سے موجود ہوتی ہیں اوپر اور نیچے دوسری خبروں سے الگ کرنے والی چھوٹی لکیروں کو لمبا کر لیا جاتا ہے اور خبر کا مواد حاشیہ چھوڑ کر جلی یا نسخ کتابت میں لکھوا لیا جاتا ہے -

۱۲ - بعض اوقات کسی مفصل خبر کا ایک پہلو چوکھٹے کا محتاج ہوتا ہے - اگر چوکھٹے کی گنجائش نہ ہو تو اسے پیش کرنے کے لیے ایک ترکیب استعمال کی جاتی ہے ، جسے انگریزی میں Ruled Insert کہتے ہیں - اس میں مفصل خبر تو کالم میں مسلسل چلی جاتی ہے ، لیکن کسی ایک مقام پر بیچ میں چوکھٹے کی مستحق خبر اس طرح ڈال دی جاتی ہے کہ ایک

لکیر اُس کے اُوپر ہوتی ہے ایک نیچے اور مفصل خبر نچلی لکیر کے بعد بھی جاری رہتی ہے -

۱۳ - ایک صفحے پر ایک ہی تصویر دینی ہو تو اُسے صفحے کے بالائی نصف حصے میں دیا جاتا ہے - اگر دو تصویریں ہوں تو بڑی تصویر بالائی نصف حصے میں اور چھوٹی نچلے نصف حصے میں دی جاتی ہے - اگر تین تصویریں ہوں تو دو اُوپر دی جاتی ہیں اور ایک نیچے - لیکن ایک دوسری سے لاتعلق دو تصویروں کو اس طرح ساتھ ساتھ نہیں دیا جاتا کہ وہ ایک دوسری سے خلط ملط ہوتی نظر آئیں - نقشوں اور کارٹونوں کے لیے بھی یہی روایتیں پیش نظر رکھی جاتی ہیں -

۱۴ - میک آپ کا ایک مقصد یہ بھی ہوتا ہے کہ ایک دوسرے سے تعلق رکھنے والے عناصر حتی الوسع یکجا رکھے جائیں اور ایک دوسرے سے لا تعلق عناصر الگ الگ کر دیے جائیں -

میک اپ کے روپ

اس بحث کو ہم تین حصوں میں تقسیم کریں گے :

۱ - صفحۂ اول کا میک آپ

۲ - اندر کے صفحات

۳ - ادارتی صفحہ

پہلے صفحے کے میک آپ کے لیے مغربی ممالک کی صحافت میں کئی روپ رائج ہیں - اساتذۂ صحافت نے انھیں تین حصوں میں تقسیم کر رکھا ہے -

الف - مرکزی تناسب — **Centre-Balance**

۱ - متشاکل تناسب — Symmetrical Balance

۲ - رسمی تناسب — Formal Balance

۳ - مثلث معکوس — Inverted Pyramid

ب - غیر رسمی تناسب — **Informal Balance**

۱ - نقطۂ ماسکہ — Focus

۲ - تقابل و تناسب Contrast and Balance

ج - غیر متناسب Unbalanced

۱ - مخلوط Mixed

۲ - سرکس Circus

۳ - پینل Panel

مرکزی تناسب روایت پرست اخبارات کا محبوب انداز ہے - **غیر متناسب** جدت پسند اخبارات کا فیشن ہے اور جو اخبارات روایت اور جدت کے بین بین رہتے ہیں وہ ''غیر رسمی تناسب'' کے قائل ہوتے ہیں - **متشاکل تناسب** کے مطابق کالم بندی میں یہ خیال رکھا جاتا ہے کہ اگر ایک طرف تین کالمی سرخی ہے تو دوسری طرف بھی اُسی قلم سے تین کالمی سرخی دی جائے - اگر ایک طرف یک کالمی چوکھٹے کا سائز تین انچ ہے تو دوسری طرف بھی اسی سائز کا یک کالمی چوکھٹا دیا جائے - غرض سرخیوں ، خبروں ، چوکھٹوں اور تصویروں کو بالکل متشاکل انداز میں دیا جائے - چند سال پہلے تک ''نیو یارک ٹائمز'' کا میک آپ اسی طرح ہوتا تھا - **رسمی تناسب** میں انھی باتوں کا خیال رکھا جاتا ہے لیکن سرخیوں ، خبروں اور چوکھٹوں اور تصویروں کا سائز یا قلم ایک ہونا ضروری نہیں ، یعنی تناسب رسمی ہوتا ہے متشاکل نہیں ہوتا - **مثلث معکوس** کے مطابق میک آپ شدہ صفحے میں سب سے زیادہ اہم خبریں اُوپر دی جاتی ہیں - کچھ پہلو میں دے دی جاتی ہیں اور یوں معلوم ہوتا ہے کہ اُوپر کے آدھے حصے میں ساری خبریں جمع ہیں -

متشاکل تناسب میں یہ دقت ہے کہ خبریں مشینوں میں تو گھڑی نہیں جاتیں کہ اُن کا سائز ایک ہو - رسمی تناسب میں بھی کم و بیش یہی مشکل پیش آتی ہے اور مثلث معکوس میں سب سے بڑی خرابی یہ ہے کہ صفحے کے نچلے نصف حصے میں سپاٹ پن پیدا ہو جاتا ہے -

اب ہم **غیر رسمی تناسب** کی اقسام کی طرف آتے ہیں - اس میں ماسکہ یا فوکس (Focues) میک آپ کا روپ ایسا ہے جو دنیا بھر میں مقبول ہے - اسے گوشے کا تناسب بھی کہا جاتا ہے کیونکہ صفحے کے بالائی حصے میں

ایک گوشے کو نقطۂ ماسکہ بنایا جاتا ہے - وہاں سب سے اہم خبر دی جاتی ہے اور ظاہر ہے ، سب سے بڑی سرخی بھی وہیں دی جاتی ہے - اس قسم کے صفحے پر سوائے بالائی سرخیوں کے باقی سرخیاں وتر کے خط کے قریب قریب ہوتی ہیں - اس روپ میں صفحے کی بالائی شہ سرخی سے ملحق ایک تصویر ضروری ہوتی ہے - یہاں یہ سوال پیدا ہوتا ہے کہ بالائی صفحہ پر کونسا گوشہ نقطۂ ماسکہ کا کام دے ، دایاں یا بایاں ؟

چونکہ انگریزی زبان دائیں سے بائیں لکھی جاتی ہے اس لیے انگریزی یا لاطینی حروف میں چھپنے والے دوسری زبانوں کے اخباروں میں بائیں جانب سب سے اہم خبر دی جاتی ہے - لیکن امریکہ میں شہ سرخی دائیں جانب دی جاتی ہے - اس کی وجہ یہ ہے کہ وہاں اکثر اخباروں کے نام شہر کے نام سے شروع ہوتے ہیں - مثلاً نیویارک ٹائمز ، نیو یارک ہیرالڈ ٹریبیون ، واشنگٹن سٹار ، فلاڈلفیا انکوائرر اور سٹال پر اخبار ایک تہ دے کر نہیں ، دو تہیں دے کر رکھے جاتے ہیں اور دائیں جانب سامنے نظر آتی ہے کیونکہ وہاں اخبار کا اصل نام آتا ہے - یعنی ٹائمز ، ہیرالڈ ٹریبیون ، سٹار ، انکوائرر - اب اخبار بیچنے کے لیے ضروری ہے کہ ایک تو اُس کا اصل نام سامنے آئے ، دوسرے شہ سرخی نظر آئے - اس لیے شہ سرخی دائیں جانب دی جاتی ہے -

دوسرا روپ ہے ، **تقابل و تناسب** - جیسا کہ نام سے ظاہر ہے اس میں تقابل بھی ہوتا ہے اور تناسب بھی - خبروں اور اُن کی سرخیوں کے مختلف سائز سے تقابل یا امتیاز کا عنصر پیدا ہو جاتا ہے اور تناسب و توازن یوں وجود میں لایا جاتا ہے کہ صفحے کو چار حصوں میں بانٹ کر ، چاروں میں ایک ایک خبر نقطۂ ماسکہ کا کام دیتی ہے - اُوپر کے حصے میں تو ایک دوسرے کے متوازی خبریں دی جاتی ہیں ، لیکن باقی حصے میں اُوپر سے نیچے وتر کے قریب قریب خبریں یا تصویریں لگا دی جاتی ہیں -

غیر متناسب کے تحت تین روپ آتے ہیں - پہلے روپ کو **مخلوط** کہا جاتا ہے اس میں تناسب اور تقابل کے وہ اُصول پیش نظر نہیں رکھے جاتے جن کا ہم پہلے ذکر کر چکے ہیں اور خبریں بے ترتیبی سے دی جاتی

ہیں ، لیکن اس بے ترتیبی سے بھی ایک حسن پیدا ہو جاتا ہے - اس حسن کی تخلیق کا کوئی اصول کار فرما نہیں ہوتا - صرف میک آپ ایڈیٹر کا وجدان اور جمالیاتی ذوق کار فرما ہوتا ہے - اور اگر ایڈیٹر وجدان اور جمالیاتی ذوق سے محروم ہو یا وہ اس بات کا قائل ہو کہ ہر خبر کو زیادہ سے زیادہ نمایاں کیا جائے تو وہ روپ بن جاتا ہے جسے سرکس کہتے ہیں - جس طرح سرکس میں بیک وقت مختلف تماشے ہوتے رہتے ہیں - کہیں لڑکی شیر پر سوار ہوتی ہے ، کہیں کوئی شخص ورزش جسمانی کے کرتب دکھاتا ہے اور کہیں مسخرے حاضرین کو محظوظ کرنے کی سعی کرتے ہیں - اُسی طرح سرکس میک آپ میں چیختی چلاتی اور دہاڑتی سرخیاں اور تصویریں قارئین کی توجہ اپنی طرف کھینچنے کے لیے ایک دوسری سے بازی لے جانا چاہتی ہیں - حد سے زیادہ سنسنی خیز اخبار یہی روپ پسند کرتے ہیں - تیسری قسم پینل میک اپ کہلاتی ہے اس میں صفحے پر ایک لمبا دو کالمی چوکھٹا ہوتا ہے جو اُوپر سے نیچے تک چلا جاتا ہے اس میں بعض اوقات اداریہ دیا جاتا ہے اور بعض اوقات تصاویر درج کر دی جاتی ہیں اور صفحے کے باقی حصے میں میک آپ کا کوئی روپ استعمال کر لیا جاتا ہے -

جو تقسیم ہم پیش کر چکے ہیں وہ اساتذۂ صحافت کی مرتب کردہ ہے - ضروری نہیں کہ دنیا کے اخبارات کے میک آپ کو انہی اقسام کے ماتحت رکھا جائے یا سمجھا جائے کیونکہ اخبار اساتذۂ صحافت کے بنائے ہوئے اُصولوں کے پابند نہیں ہوتے - ہر اخبار کا اپنا مزاج ہوتا ہے ، اپنا جمالیاتی ذوق ہوتا ہے اور اپنی مخصوص ضروریات ہوتی ہیں جن کے پیش نظر وہ اپنے میک اپ کو ایک خاص سانچے میں ڈھال لیتا ہے اور یہ عین ممکن ہے کہ یہ سانچا اُوپر بتائی ہوئی کسی ایک قسم کی نہیں بلکہ دو تین قسموں کے امتزاج کی نمائندگی کرے - یہی حال پاکستانی اخباروں کا ہے - بہرحال پاکستانی اخباروں کے میک اپ کے بارے میں اتنا ضرور کہا جا سکتا ہے کہ یہاں مرکزی تناسب کی کوئی قسم موجود نہیں - پینل کا رواج بھی نہیں - البتہ نقطۂ ماسکہ ، تقابل و تناسب ، مخلوط اور سرکس میں سے ایک روپ یا دو تین قسموں کے امتزاجی نمونے مل جاتے ہیں -

ہمارے ہاں دو روپ اتنے منفرد ہیں کہ انہیں پہچاننا بہت آسان ہے اور وہ ایک دوسرے سے بالکل مختلف ہیں - ایک ''جنگ'' اور دوسرا ''مشرق'' - ''جنگ'' کی کتابت بے حد گنجان ہے - سوائے شہ سرخی کے باقی سب سرخیوں کے قلم چھوٹے ہوتے ہیں - اس کے صفحۂ اول پر مواد یقیناً زیادہ آتا ہے لیکن اسے پڑھنے میں خاصی دقت پیش آتی ہے اس کے مقابلے پر ''مشرق'' تقابل و تناسب کی نمائندگی کرتا ہے - اس کے صفحۂ اول پر سپیدی پڑھنے میں مدد دیتی ہے لیکن مواد ''جنگ'' کے مقابلے پر کم آتا ہے - ''کوہستان'' ، ''حریت'' اور ''انجام'' کی میک اپ ''مشرق'' سے زیادہ ملتی ہے - ''نوائے وقت'' کس قدر یعنی گنجان کتابت اور سرخیوں کے قلم کے لحاظ سے ''جنگ'' کے زیادہ قریب ہے - ''امروز'' کا میک اپ کبھی مخلوط ہوتا ہے کبھی سرکس - ہمارے ہاں میک اپ کے روپ بدلتے بھی رہتے ہیں - مثلاً ''انجام'' کا میک اپ کچھ عرصہ قبل بالکل ''جنگ'' کی طرح تھا - میک اپ کا روپ بدلنا اصولی لحاظ سے صحیح نہیں کیونکہ قاری ایک خاص قسم کے میک اپ کا عادی ہو جاتا ہے اور اُسی کو پسند کرتا ہے اور اُسے اچانک بنیادی طور پر بدل ڈالنے سے قاری کو اخبار سے اجنبیت کا احساس پیدا ہوتا ہے - بہر حال اس کا مطلب ہرگز یہ نہیں کہ ہر روز اخبار میک اپ کا ایک ہی نمونہ پیش کرے اور اس سے کبھی ذرا بھی انحراف نہ کرے - میک اپ کے مخصوص روپ کے اندر رہتے ہوئے اور اخبار کی شکل بنیادی طور پر بدلے بغیر بھی تنوع کے بے شمار طریقے اختیار کیے جا سکتے ہیں ، لیکن یہ طریقے سکھائے نہیں جا سکتے - یہ تو ڈیسک پر کام کرنے سے ہی سیکھے جا سکتے ہیں اور اس میں وجدان اور جمالیاتی ذوق کو بہت دخل ہوتا ہے -

یورپ اور امریکہ کے بڑے بڑے اخباروں میں میک اپ ایڈیٹر مقرر ہوتے ہیں- ان کے معاون بھی ہوتے ہیں اور مدد کے لیے آرٹ سیکشن موجود ہوتا ہے - ہمارے ہاں یہ کام عام طور پر چیف سب ایڈیٹر ، شفٹ انچارج یا نیوز ایڈیٹر کے سپرد ہوتا ہے - ایک آدھ اخبار میں میک اپ کا باقاعدہ شعبہ موجود ہے اور آرٹ ایڈیٹر بھی مقرر ہے - بہر حال کاپی جوڑنے

(میک اپ کرنے کی مقامی اصطلاح) میں نیوز ایڈیٹر اور آرٹ ایڈیٹر دونوں مدد دیتے ہیں -

میک آپ کے بارے میں دو اور باتیں قابل ذکر ہیں - ایک یہ کہ اخبار کے نام کی تختی کہاں لگائی جائے ، دوسرے میک آپ میں رنگ کس طرح مدد دے سکتے ہیں - ہمارے ہاں بلکہ ساری دنیا میں عام رواج تو یہی ہے کہ نام کی تختی صفحے کے اوپر دی جائے۔ چونکہ یہ تختی اتنی لمبی نہیں ہوتی کہ ایک سرے سے دوسرے سرے تک پھیل جائے اس لیے بعض اخبار اس کے دائیں اور بائیں گوشے میں اشتہار دے دیتے ہیں اور اشتہار نہ ہوں تو خبریں درج کر دیتے ہیں - ان گوشوں کو Ear Panel کہا جاتا ہے - بہر حال اُردو میں لفظ گوشہ ہی کافی ہے -

بعض اخبار نام کی تختی چھوٹی دیتے ہیں اور یہ صفحے کے دائیں جانب دی جاتی ہے - امریکہ کے بعض عوام پسند اخبار مخلوط اور سرکس میک آپ کے صفحات پر تختی کبھی اُوپر دیتے ہیں کبھی پورے صفحے کی شہ سرخی کے نیچے ایک جانب دے دیتے ہیں - ایسے اخبار بھی موجود ہیں جن میں یہ تختی صفحے کے درمیان یا نیچے دی جاتی ہے - پاکستان کے بھی بعض اخبار بہت بڑی خبر آنے پر کبھی کبھار تختی کی جگہ بدل دیتے ہیں -

میک آپ میں مختلف رنگوں کا استعمال اخبار کے ذوق پر منحصر ہے - تختی کو سرخ یا کسی اور رنگ میں دینے کا رواج مختلف ملکوں میں موجود ہے - بعض سنسنی خیز اخبار شہ سرخی سرخ رنگ میں دیتے ہیں - پاکستان کا ایک آدھ اخبار صفحۂ اول پر تختی کے علاوہ ، کئی سرخیاں سرخ رنگ میں دیتا ہے - لیکن اس سے کہیں بہتر شاید یہ ترکیب ہو کہ تختی سرخ رنگ میں دی جائے اور ایک آدھ تصویر سرخ و سیاہ کے امتزاجی رنگ میں دے دی جائے - بہر حال دنیا بھر کے ثقہ اخبار سارا مواد سیاہ رنگ ہی میں دیتے ہیں اور رنگا رنگی پسند نہیں کرتے۔

اندر کے صفحات

اندرونی صفحات کے میک آپ کے مقاصد بھی تقریباً وہی ہیں جو صفحۂ اول سے تعلق رکھتے ہیں - لیکن اس کے ساتھ ہی یہ مقصد بھی ہوتا

ہے کہ اشتہارات کی طرف قارئین کی توجہ دلائی جائے ۔ اندرونی صفحات کے میک اَپ کے چار روپ ہوتے ہیں :

۱ ۔ تناسب : اگر صفحے کے بالکل اُوپر کوئی اشتہار نہ ہو تو اس کے قواعد صفحۂ اول کے قواعد کے مطابق ہوں گے ۔

۲ ۔ ڈھلوان نما (Descending) : سب سے بڑی سرخی صفحے کے اُوپر دائیں جانب دی جاتی ہے ۔ اس کے بعد صفحے کے بائیں سرے تک سرخیوں کا سائز چھوٹا ہوتا چلا جاتا ہے ۔

۳ ۔ نیچے اُوپر (Down and up) : صفحے کے اُوپر دائیں اور بائیں جانب ایک ہی قسم کی موٹی سرخیاں دی جاتی ہیں اور درمیانی کالموں میں چھوٹی سرخیاں ۔

۴ ۔ ربن یا پٹی (Ribbon) : اگر بہت سے اشتہار ہیں تو چھوٹی چھوٹی خبریں ایک قطار کی صورت میں دے دی جاتی ہیں ۔

یہ مغربی اخباروں کے طریقے ہیں ۔ ہمارے ہاں اُردو اخباروں میں خبروں کے تمام صفحات کی آرائش میں صفحۂ اول کا سا اہتمام کیا جاتا ہے ۔ لیکن جس صفحے پر زیادہ اشتہار ہوں ، وہاں مندرجہ بالا طریقے کام آ جاتے ہیں ۔

ادارتی صفحے کا میک اپ

ادارتی صفحے کے مقاصد یہ ہوتے ہیں :

۱ ۔ اداریوں کی طرف توجہ دلائی جائے ۔

۲ ۔ قارئین کی آرا ''خطوط بنام مدیر'' میں درج کی جائیں ۔

۳ ۔ مسائل کا پس منظر بیان کیا جائے ۔

۴ ۔ جن امور میں قارئین رہنمائی کے محتاج ہیں ، اُن پر رہنمائی کی جائے ۔

۵ ۔ تفریح کا سامان بہم پہنچایا جائے تاکہ صفحے کا ''بوجھل پن'' کم ہو جائے ۔

بعض اخبار اس صفحے پر Masthead بھی دیتے ہیں جس میں اخبار کے چندہ خریداری وغیرہ کی تفاصیل دی جاتی ہیں ۔

اب ہم چند عالمی شہرت کے حامل اخبارات کے ادارتی صفحات کے اجزائے ترکیبی پیش کرتے ہیں :

"دی ٹائمز" (لندن) : ماسٹ ہیڈ ، جس میں موسمی پیش گوئیاں ، تقریبوں کے اعلان اور خبروں کا انڈیکس درج ہوتا ہے : افتتاحیہ : چند شذرات : خاص مقالہ : خطوط بنام مدیر ۔

نیویارک ٹائمز : ماسٹ ہیڈ : افتتاحیہ : چند شذرات : خطوط بنام مدیر : خاص مقالات : ایک نظم ۔

نیویارک هیرلڈ ٹریبیون : افتتاحیہ : دو شذرے : دوسرے اخبارات کے اداریوں سے اقتباسات : پچھتر سال پہلے : پچاس سال پہلے : کارٹون : خاص مقالات : خطوط بنام مدیر : ماسٹ ہیڈ ۔

ہمارے اخبارات میں سے بعض نے ادارتی صفحات پر زیادہ تنوع پیدا کر رکھا ہے ۔ مثلاً مزاحیہ یا نیم مزاحیہ کالم ضرور دیا جاتا ہے ۔ دینی اور طبی رہنمائی کے لیے خاص کالم دیے جاتے ہیں ۔ کچھ اخبارات میں چٹکلے ، تاریخی واقعات ، اشعار ، قرآن حکیم اور احادیث سے اقتباسات وغیرہ بھی پیش کیے جاتے ہیں ۔

ادارتی صفحے کے میک اَپ کے لیے کوئی لگے بندھے اصول نہیں ہیں ۔ البتہ ایک بات کا خیال ضرور رکھا جاتا ہے کہ اداریوں کی کتابت کھلے کھلے حروف میں کرائی جائے تاکہ اُسے پڑھنے میں زیادہ آسانی ہو جائے ۔

میک اپ یا لے آؤٹ

بعض لوگ میک اَپ اور لے آؤٹ کو مترادف اور ہم معنی اصطلاحات قرار دیتے ہیں ۔ لیکن یہ صحیح نہیں ، ان کے معانی میں فرق موجود ہے ۔ "لے آوٹ" کو رسالوں اور مجلوں کی میک اَپ کے معنوں میں استعمال کیا جاتا ہے لیکن اخباری دنیا میں یہ اصطلاح کسی ایک تصویری فیچر کی ترتیب، اشتہار میں مواد کی ترتیب یا صفحات کی منصوبہ بندی سے تعلق رکھنے والے خاکے کے لیے تو استعمال کی جاتی ہے لیکن پورے صفحے پر مختلف النوع مواد کی ترتیب کے لیے میک اَپ ہی کی اصطلاح رائج ہے ۔

ڈمی Dummy :

جب کسی ایک صفحے پر مواد کی ترتیب واضح کرنے کے لیے ایک نقشہ سا بنایا جاتا ہے تو اُسے ''ڈمی'' صفحہ کہا جاتا ہے۔ اور ''ڈمی'' اُس چھوٹے سے کتابچے کو بھی کہتے ہیں جن میں اخبار کے صفحات کے برابر صفحے ہوتے ہے اور ہر صفحے پر کالم کی لکیریں ڈالی ہوتی ہیں۔ شعبۂ اشتہارات اس ''ڈمی'' پر اشتہارات کی جگہ مخصوص کر کے اُن پر نشان لگا دیتا ہے اور پھر اسے شعبۂ مخابرات میں بھیج دیا جاتا ہے، جہاں مستقل کالموں کی جگہ پر نشان لگائے جاتے ہیں اور خبروں کی ترتیب کا بھی ایک عارضی سا نقشہ مرتب کر لیا جاتا ہے۔

خلاصہ

اخباری صفحات کی ترتیب و تزئین کو ''میک اپ'' کہتے ہیں۔ مقصد یہ ہے کہ مطلوبہ مواد کی تلاش اور مطالعہ آسان ہو جائے۔ اہمیت کے لحاظ سے خبروں کی درجہ بندی کر دی جائے اور صفحات خوبصورت معلوم ہوں۔ میک اپ اخبار کی شخصیت اور کردار کا عکاس ہوتا ہے۔

میک اپ کے دو بنیادی اصول ہیں : اول : بوقلمونی اور تنوع، دوم : متناسب سپیدی۔ تنوع کے عناصر یہ ہیں : مختلف قسم کی سرخیاں، خوشنویسی کے مختلف اسلوب، ڈیزائن، چوکھٹے، چوکھٹا نما خبریں، تصاویر، کارٹون، خاکے اور نقشے۔ متناسب سپیدی کے عناصر یہ ہیں : خالی رہنے والی جگہیں، سطروں کے درمیان زیادہ فاصلہ، الفاظ کے درمیان زیادہ فاصلہ، کالم کی لکیروں کا حذف کرنا، دونوں عناصر میں افراط و تفریط سے گریز لازمی ہے۔

میک اپ کے کچھ بنیادی قاعدے ہیں۔ جن کی پابندی دنیا بھر میں کی جاتی ہے۔

مغربی دنیا میں میک اپ کے آٹھ روپ ہیں : متشاکل تناسب، رسمی تناسب، مثلث معکوس، نقطۂ ماسکہ، تقابل و تناسب، مخلوط، سرکس اور پینل۔ بہت سے اخبار ان میں سے دو صورتوں کا امتزاج پیش کرتے

ہیں ۔ پاکستان اخبارات میں نقطۂ ماسکہ ، تقابل و تناسب ، مخلوط اور سرکس کے امتزاج ملتے ہیں ۔

اندرونی صفحات کے میک اپ کے چار روپ ہیں : متناسب ، ڈھلوان نما ، نیچے اوپر اور ربن یا پٹی ۔ ادارتی صفحات کے اجزائے ترکیبی متنوع ہوتے ہیں لیکن ان کے میک اپ کے لیے کوئی لگے بندھے اصول نہیں ہوتے ۔

سوالات

۱ ۔ میک اپ کسے کہتے ہیں ۔ تفصیل سے بیان کیجیے ۔

۲ ۔ میک اپ کے مقاصد کون کون سے ہیں ؟

۳ ۔ میک اپ کے بنیادی اصول وضاحت سے پیش کیجیے ۔

۴ ۔ میک اپ کے بنیادی قاعدے کون کون سے ہیں ؟

۵ ۔ میک اپ کون کون سے روپ لے سکتا ہے ؟

۶ ۔ پاکستانی اخبارات کے صفحۂ اول کے میک اپ کی نمایاں خصوصیات بیان کیجیے ۔

۷ ۔ مختصر نوٹ لکھیے ۔
اندرونی صحافت کا میک اپ ، ڈمی ۔ لے آؤٹ اور میک اپ میں فرق ۔

۸ ۔ پاکستان کے اخبارات میں ادارتی صفحات کے اجزائے ترکیبی پر روشنی ڈالیے ۔

اداریہ نگاری

ادارتی صفحے پر اخبار کے نام کی تختی کے نیچے جو مضامین درج ہوتے ہیں اُن میں مسائل حاضرہ پر اخبار کی آرا پیش کی جاتی ہیں۔ چونکہ ان میں ادارہ اپنے نقطۂ نگاہ کے مطابق مسائل کی جانچ پرکھ کر کے قارئین کی رہنمائی کا فرض سرانجام دیتا ہے اس لیے اس قسم کے ہر بڑے اور چھوٹے مضمون کو ''اداریہ'' کا نام دیا جاتا ہے۔

''اداریہ'' کی اصطلاح کے اور بھی مترادف الفاظ موجود ہیں۔ کچھ انگریزی میں، کچھ اردو میں اور اردو زبان میں سبھی اصطلاحات چالو ہیں۔ اس سے پیشتر، کہ اداریہ نگاری کے فن پر بحث کی جائے مناسب معلوم ہوتا ہے کہ ان اصطلاحات کا مختصر ذکر کر دیا جائے۔

۱- لیڈر (Leader) : اُس اداریہ کو کہتے ہیں جو اخبار کے نام کی تختی کے نیچے سب سے پہلے دیا جاتا ہے اور یہ اُس دن کے سب سے اہم مسئلے پر ہوتا ہے۔ اِسے ''لیڈنگ آرٹیکل'' (Leading Article) بھی کہتے ہیں جس کے لیے اردو میں ''مقالۂ افتتاحیہ'' یا ''افتتاحیہ'' کی اصطلاح بھی استعمال کی جاتی ہے۔ امریکہ میں اِسے ''لیڈ ایڈی ٹوریل'' (Lead Editorial) بھی کہتے ہیں۔

۲- ''افتتاحیہ'' کے بعد جو اداریے دیے جاتے ہیں اُنھیں اردو میں مختصر اداریے، شذرات اور ادارتی نوٹ کہتے ہیں۔ انگریزی زبان میں Notes , Editorial Notes , Leadrettes یا Editorials کہتے ہیں۔ انگریزی اصطلاحات اردو اخباروں میں بھی چالو ہیں۔

۳- ''اداریہ'' ایک ہمہ گیر اصطلاح ہے جسے انگریزی میں Editorial کہا جاتا ہے - اس لفظ کو مقالہ افتاحیہ اور شذرات سبھی کے لیے استعمال کیا جاتا ہے اس لیے ہم نے اس باب کا عنوان ''اداریہ نگاری'' رکھا ہے -

اداریہ کے مقاصد

رائے عامہ کی تشکیل صحافت کے بنیادی مقاصد میں شامل ہے - اس کا پہلا تقاضا یہ ہے کہ قارئین کو گرد و پیش کے حالات سے باخبر کیا جائے کیونکہ جب تک معلومات سامنے نہ آئیں ، رائے کیسے قائم کی جا سکتی ہے - اس تقاضے کو پورا کرنے کے لیے خبررسانی کے تمام ذرائع بروئے کار لائے جاتے ہیں اور خبریں اس انداز میں پیش کی جاتی ہیں کہ لوگ اُنھیں آسانی سے پڑھ لیں - لیکن صرف پڑھنا کافی نہیں ، سمجھنا بھی ضروری ہے - اس لیے خبر کے متن ہی میں اُس کا مختصر پس منظر دے دیا جاتا ہے - اور یوں بھی ہوتا ہے کہ کالم نویس بعض خبروں کا پس منظر دیتے ہیں - ان کے علاوہ خصوصی نامہ نگار بعض مسائل کی تفاصیل بیان کرتے ہیں جس سے قارئین کی معلومات کا دائرہ وسیع تر ہو جاتا ہے اور پھر اداریہ نگار کے لیے زمین تیار ہو جاتی ہے کہ وہ مسائل حاضرہ پر مدلل اور سنجیدہ بحث کرکے رائے قائم کرنے میں مدد دے -

اداریہ نگاری کے مقاصد یہ ہیں :

۱- مسائل حاضرہ کی تشریح اور مفہوم کی وضاحت
۲- نیک مقاصد کا فروغ
۳- قارئین کو سوچنے کی عادت ڈالنا
۴- رہنمائی
۵- تفریح

اب ہم ان مقاصد پر الگ الگ روشنی ڈالیں گے -

تشریح : اداریہ نگار عام قارئین کے مقابلے پر بہت زیادہ باخبر ہوتا ہے اس لیے وہ اہم مسائل اور واقعات کا اصل مفہوم واضح کرتا ہے - وہ

محمد اقبال صلاح الدین ایم-اے

بتاتا ہے کہ ان واقعات کا ماضی کیا ہے؟ ان کا کیا اثر ہوگا؟ ان کا کیا نتیجہ نکل سکتا ہے؟ وہ حقائق کی تہ تک پہنچتا ہے اور دلائل کی کڑی سے کڑی ملاتے ان کے ایسے پہلو اُجاگر کرتا ہے جو عام قارئین کی نظر سے اوجھل ہوتے ہیں۔ وہ حکومتوں اور اداروں اور جماعتوں اور شخصیتوں کی آرا کی چھان پھٹک کرتا ہے۔ معاشی اور معاشرتی اور سیاسی پالیسیوں کو ماضی کی روشنی میں اور حال کے تقاضوں کے پیش‌نظر کھنگالتا ہے اور متوقع نتائج کی نشان دہی کرتا ہے۔ مختصر یہ، کہ وہ قارئین کو اُن تمام امور سے باخبر کرتا ہے جن سے اُن کی روزمرہ زندگی اور اجتماعی زندگی متاثر ہوتی ہے۔

نیک مقاصد: اداریے نیک مقاصد کو فروغ دیتے ہیں۔ بُرے مقاصد کی روک تھام کرتے ہیں اور اس طرح معاشرے کی صحیح خدمت سرانجام دیتے ہیں۔ بسا اوقات ایسا ہوتا ہے کہ لوگ پرانے تعصبات کی بنا پر کسی جدید خیال یا نئے اقدام کو پسند نہیں کرتے، ایسے میں اداریہ نگار تعصبات کا پوسٹ مارٹم کرتا ہے۔ خرابیوں کو بے نقاب کرتا ہے اور نئے اقدام یا جدید خیال کی تائید و حمایت کا سامان فراہم کرتا ہے۔ اسی طرح معاشرے کی خرابیوں اور برائیوں کا پردہ چاک کرتا ہے تاکہ معاشرہ کی اصلاح کا کام جاری رہے۔

رہنمائی: جو لوگ اخبار پڑھتے ہیں وہ عموماً رائے قائم کرنے میں انتہا پسندی سے کام لیتے ہیں۔ کوئی اکثر ٹیکسوں کا مخالف ہوتا ہے تو کوئی نظام تعلیم کو سراسر غلط قرار دیتا ہے۔ کوئی حکومت کی ہر پالیسی میں خرابی دیکھتا ہے اور کوئی ہر اقدام پر آمنا و صدقنا کہنے کو تیار رہتا ہے۔ کوئی قدامت پسند ہے تو کوئی لبرل زاویۂ نگاہ کا طرفدار ہے۔ مختلف سیاسی جماعتوں کے حامی اپنی اپنی پارٹی کو ہر خطا سے پاک سمجھتے ہیں اور اپنے اپنے عقیدے پر شد و مد سے قائم رہتے ہیں۔ اس انتہا پسندی میں تنگ خیالی اور تعصب کارفرما ہوتے ہیں۔ اداریہ نگاری کا مقصد یہ ہے کہ تعصب کے بند ٹوٹیں اور رائے میں توازن پیدا ہو۔ اس لیے اداریوں میں ہر مسئلے کے دونوں پہلو پیش کیے

جاتے ہیں اور اس کے بعد رائے قائم کرنے میں قارئین کی مدد کی جاتی ہے۔

سوچنے کی عادت: اداریوں میں خبروں کی تشریح و تاویل کا ایک اہم مقصد یہ بھی ہے کہ فکر و خیال کا جمود ٹوٹے۔ لوگوں کو حالات حاضرہ پر سوچنے کی عادت ڈالی جائے۔ وہ ہر روز بعض مسائل پر سوچیں کیونکہ اسی سوچ سے معاشرے میں صحت مند تبدیلیوں کے دروازے کھلتے ہیں۔ جب لوگ اپنی اپنی جگہ مسائل پر سوچتے ہیں تو پھر دوسروں سے تبادلۂ خیالات بھی کرتے ہیں۔ اور جب ہزاروں لاکھوں افراد اپنے اپنے محدود دائروں میں سوچ بچار کرتے ہیں تو اس سے اجتماعی سوچ بچار کا راستہ کھلتا ہے اور اسی سے معاشرے میں حرکت پیدا ہوتی ہے اور ذہنوں میں زندگی رواں دواں ہوتی ہے۔

تفریح: دنیا کے اکثر ملکوں میں بعض ایسے اخبار موجود ہیں جو روزانہ یا ہفتے میں دو ایک بار ایک آدھ اداریہ ایسا بھی چھاپتے ہیں جس کا مقصد محض تفریح ہوتا ہے اگرچہ اس میں تفریح کے ساتھ سنجیدگی کا بھی عنصر موجود ہوتا ہے۔ پاکستان میں ڈھاکہ کے اخبار ''پاکستان آبزرور'' میں اکثر اور لاہور کے ''پاکستان ٹائمز'' میں کبھی کبھی ایسے اداریے دیے جاتے ہیں۔ دوسرے اخباروں میں یہ خلا مزاحیہ کالم سے پر کیا جاتا ہے۔

اداریوں کی اقسام

اگر انداز تحریر کی بنا پر اداریوں کی درجہ بندی کی جائے تو ان کی دو قسمیں اُبھرتی ہیں: اول۔ مدلل اور سنجیدہ اداریے، دوم: جذباتی اداریے۔ اُردو صحافت میں اول الذکر کی شکل سر سید احمد خان کی تحریروں سے ملتی ہے اور مؤخرالذکر کی مولانا ظفر علی خاں کے اداریوں سے۔ اس کا مطلب یہ نہیں کہ سر سید کی تحریر جذبے سے عاری تھی

یا مولانا ظفر علی خاں کے اداریے دلیل اور سنجیدگی سے خالی تھے - مراد صرف یہ ہے کہ سر سید کی تحریر میں دلیل غالب تھی اور مولانا ظفر علی خاں کے اداریوں میں جذبات غالب تھے -

مواد کے اعتبار سے تقسیم کی جائے تو ہم اداریوں کی یہ اقسام قرار دے سکتے ہیں :- سیاسی ، معاشی ، معاشرتی ، سائنسی ، زرعی وغیرہ وغیرہ - بہرحال عام طور پر فن صحافت میں دسترس رکھنے والے ماہرین اداریوں کی تین قسمیں بتاتے ہیں - معلوماتی ، استدلالی اور تفریحی — ہم ان تینوں کی الگ الگ وضاحت کریں گے -

معلوماتی اداریے : ایسے اداریے عموماً کسی خاص رائے کا اظہار نہیں کرتے اور اگر کرتے ہیں تو شد و مد سے نہیں کرتے - ان میں واقعات کا ٹھنڈے دل سے اور حقیقت پسندانہ انداز میں جائزہ لیا جاتا ہے - ان میں کسی واقعہ کا پس منظر بیان کیا جاتا ہے ، مسئلے کے تمام پہلو واضح کیے جاتے ہیں - شخصیات اور تحریکات کی نشان دہی کی جاتی ہے اور بتایا جاتا ہے کہ اگر یہ راہ عمل اختیار کی جائے تو یہ نتائج پیدا ہوں گے اور اگر وہ راستہ اختیار کیا جائے تو وہ نتائج مرتب ہوں گے -

استدلالی اداریے : اس کے برعکس استدلالی اداریے کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ قاری کو یقین دلایا جائے کہ فلاں طرز فکر صحیح ہے - اداریہ نگار مسئلہ پیش کرتا ہے ، اُس کے حق میں یا خلاف دلائل دیتا ہے ، ایک خاص انداز فکر کی تحسین یا مذمت کرتا ہے اور آخر میں اپنی رائے پر زور دیتا ہے -

ولزلے اور کیمبل رقمطراز ہیں : "معلوماتی اداریہ یا کالم کسی مسئلے کی وضاحت اور تشریح کرتا ہے - استدلالی اداریہ یہ بتاتا ہے کہ اس بارے میں کیا کیا جائے - اگر لکھنے والا سائنسی طریق کار اختیار کرے تو وہ پہلے مسئلہ پیش کرتا ہے ، اس کی تشریح کرتا ہے ، حقائق و شواہد کی جانچ پرکھ کرتا ہے اور پھر حل تجویز کر دیتا ہے - سچ پوچھیے تو سائنسی طریق کار ہی درست ہے اور اکثر سنجیدہ اخبار اِسی کو اختیار کرتے ہیں اور

قارئین کے لیے بھی اِسی قسم کے اداریے مفید رہتے ہیں جن میں تصویر کے سب رخ پیش ہوں اور اُن کا سائنسی تجزیہ کر کے نتائج اخذ کیے جائیں۔

تفریحی اداریے: ہلکے پھلکے یا تفریحی اداریے بھی حالات حاضرہ سے تعلق رکھتے ہیں۔ برطانیہ کا مشہور صحافی مینز فیلڈ (Mansfield) لکھتا ہے کہ ''تفریحی اداریہ نگار قوم کا ایک بڑا بہی خواہ ہوتا ہے کیونکہ وہ ادارتی صفحے کی ثقالت اور بھاری پن کو کم کر دیتا ہے اور لوگوں کی مسرت کا باعث بنتا ہے''۔ اُردو صحافت میں تفریحی اداریوں کا رواج نہیں۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ یہی کردار مزاحیہ کالم زیادہ بہتر اور مؤثر انداز میں ادا کرتے ہیں۔

اداریہ نگار کے اوصاف

کسی زمانے میں اداریہ نگاری صرف ایڈیٹر کا کام تھا۔ آج بھی دنیا بھر میں چھوٹے چھوٹے اخباروں میں یہی صورت ہے۔ برّعظیم پاک و ہند کے اُردو اخباروں میں ایڈیٹر ہی اداریے لکھتے تھے لیکن اب صحافت کی ترقی کے ساتھ ساتھ ایڈیٹر کے فرائض بھی بدل گئے ہیں۔ اب اخباروں میں جو اداریے درج ہوتے ہیں اُن میں شاذ ہی کوئی اداریہ ایڈیٹر کا لکھا ہوتا ہے۔ اب اداریہ نگاری جن کارکنوں کے سپرد ہے وہ یا تو مدیر معاون کہلاتے ہیں یا اُنھیں ''اداریہ نگار'' کے نام سے یاد کیا جاتا ہے۔ جب صحافت ابتدائی مراحل میں تھی تو اداریہ نگاری کے موضوع سیاست اور بعض شہری مسائل تک محدود تھے۔ اس لیے اداریہ نگاری ایک ہی شخص کے سپرد ہوتی تھی۔ اب اداریوں کے موضوعات کا دائرہ بہت وسیع اور متنوع ہے اور بعض موضوعات پر قلم اُٹھانے کے لیے تخصص درکار ہے اس لیے اب بڑے اخباروں میں اداریہ نگاروں کی تعداد زیادہ ہو گئی ہے۔ ترقی یافتہ ممالک کے بہت بڑے اخباروں میں تو اداریہ نگاروں کی ایک پوری ٹیم ہوتی ہے جس میں ہر شخص اپنے موضوع میں تخصص کا درجہ رکھتا ہے اس لیے وہاں اداریہ نگاری کا معیار بہت بلند ہوتا ہے۔ ہمارے ہاں یہ

کام دو تین صحافیوں کے سپرد ہوتا ہے اور چونکہ ان کے لیے یہ ممکن نہیں کہ ہر موضوع پر مہارت تامہ حاصل کر سکیں اس لیے اداریہ نگاری کا معیار زیادہ بلند نہیں -

ایک اچھے اداریہ نگار میں مندرجہ ذیل اوصاف کا ہونا ضروری ہے :-

۱- اُسے اخبار کی پالیسی کا پورا علم ہو کیونکہ اُسے اداریے میں ذاتی رائے نہیں ، اخبار کی رائے پیش کرنی ہوتی ہے - اُس کے خیالات میں اتنی لچک ہونی چاہیے کہ خلوص اور دیانت کے ساتھ اخبار کی پالیسی کی عکاسی کر سکے -

۲- اس کے لیے وسیع علمی قابلیت ضروری ہے مثلاً تاریخ ، جغرافیہ ، علم‌السیاست معاشیات اور دوسرے عمرانی علوم میں اُسے دسترس حاصل ہو -

۳- ایک تو اس کا مطالعہ وسیع ہو دوسرے مطالعہ کی عادت جنون کی حد تک موجود ہو - اخبارات ، رسائل اور حالات‌حاضرہ پر کتابیں زیر مطالعہ رہیں - تاکہ جوں جوں علم کی طنابیں وسیع تر ہوں اس کی معلومات کا دائرہ بھی وسیع تر ہوتا چلا جائے -

۴- وہ ایک محقق کے ذہن کا مالک ہو اور محقق کی طرح محنت کر سکے کیونکہ اداریہ نگاری میں اکثر ایسے مرحلے بھی آتے ہیں جب اداریہ نگار کو کسی واقعہ کے پس منظر کا کھوج لگانے کے لیے حوالے کی کتب اور اعداد و شمار کے انبار کی چھان پھٹک کرنی ہوتی ہے -

۵- اپنے قارئین کی نبض پر اس کا ہاتھ ہو - اُسے معلوم ہو کہ خواص اور عوام مسائل حاضرہ کو کس رنگ میں دیکھتے ہیں - اس کام کی مشکلات واضح ہیں اور اعلیٰ اخباروں میں تو قارئین کی آرا معلوم کرنے کے لیے تحقیقی ادارے قائم ہوتے ہیں - بہرحال اُن کے بغیر بھی کام چلایا جا سکتا ہے بشرطیکہ اداریہ نگار

کو اس امر میں کوئی حجاب نہ ہو کہ وہ کبھی کبھی احباب ، سیاسی اور معاشرتی کارکنوں ، مختلف علوم کے ماہروں اور عام لوگوں سے تبادلۂ خیالات کرتا رہے -

۶- اُس میں صلاحیت موجود ہو کہ مسائل کی اہمیت کا اندازہ کر سکے - اُسے معلوم ہو کہ کونسا موضوع ایسا ہے جو افتتاحیہ کا محتاج ہے اور کون سے واقعات پر چھوٹے ادارے لکھے جا سکتے ہیں - مختصر یہ کہ وہ خبروں کی اہمیت کو جانچ سکے -

۷- چونکہ اُسے ہر روز مختلف النوع مسائل پر جچی تلی رائے پیش کرنی ہوتی ہے اس لیے اُس کا چوکنا ہونا ضروری ہے - اُس میں یہ وصف موجود ہونا چاہیے کہ تھوڑے سے تھوڑے وقت میں زیادہ سے زیادہ کام کر سکے -

۸ - چونکہ اداریہ نگاری کا ایک بڑا مقصد یہ ہے کہ قارئین کو مسلسل سوچنے کی عادت ڈالی جائے - اس لیے اداریہ نگار میں یہ خصوصیت لازمی ہے کہ وہ مسائل پر سوچ سکے اور کم وقت میں سوچ سکے -

۹ - اُسے منطق میں بھی دسترس ہونی چاہیے کیونکہ جب تک وہ دلائل پیش نہ کرے گا اپنے قارئین کی رائے پر اثر انداز نہیں ہو سکے گا -

۱۰ - وہ سادہ ، سلیس ، لیکن مدلل نثر لکھ سکے ، اُس کی تحریر نہ اتنی بلند آہنگ ہو کہ خطابت کا گمان ہو ، نہ اتنی سپاٹ ہو کہ پڑھنے کو جی نہ چاہے - اس کا انداز بیان جان دار ہونا چاہیے -

۱۱ - وہ مبلغانہ جذبے کے ساتھ کام کی قابلیت رکھتا ہو اور اُسے احساس ہو کہ وہ معاشرے کی خدمت کر رہا ہے -

۱۲ - اُسے ملکی قوانین ، صحافت سے تعلق رکھنے والے قوانین ، صحافت کے ضابطۂ اخلاق اور قومی مصالح کا پورا علم ہو -

۱۳ - اُس کے لیے ایک سائنسی انداز فکر اور انداز بیان ضروری ہے تاکہ وہ تصویر کے دونوں رخ پیش کر کے متوازن انداز میں رائے پیش کر سکے -

اگر یہ سب اوصاف کسی اداریہ نگار میں جمع ہوں تو وہ مثالی اداریہ نگار بن سکتا ہے لیکن یہ بات واضح ہے کہ ان تمام خوبیوں کا یکجا ہونا خاصا مشکل ہے - بہرحال وقت گذرنے کے ساتھ ساتھ اداریہ نگار کے اوصاف بہتر ہوتے چلے جاتے ہیں اور تجربے کے ساتھ اس کی شخصیت منجھ جاتی ہے -

طریق کار

اداریہ نگاری کے طریق کار میں سب سے پہلے موضوع کی تلاش کا مرحلہ آتا ہے - اُس کے بعد مواد کی فراہمی درپیش ہوتی ہے - پھر تحریر کا وقت آتا ہے - ان تینوں مراحل کی تشریح درج ذیل ہے -

موضوع کی تلاش : موضوع کی تلاش میں تین امور پیش نظر رکھے جاتے ہیں :

اول : حالات حاضرہ کی تقابلی اہمیت -

دوم : اخبار کی پالیسی -

سوم : قارئین کے لیے کشش -

گویا سب سے پہلے یہ دیکھا جاتا ہے کہ کون سے واقعات اہمیت کے حامل ہیں پھر اخبار کی پالیسی کے پیش نظر اُن میں سے چند واقعات کا انتخاب کیا جاتا ہے - پھر یہ دیکھا جاتا ہے کہ وہ کون سے موضوع ہیں جن پر اظہار خیال قارئین کے لیے کشش کا موجب ہوں گے - آخر میں جو موضوع منتخب ہوتے ہیں ان کے بارے میں فیصلہ ہوتا ہے کہ کون سا موضوع سب سے اہم ہے تاکہ اس پر افتتاحیہ لکھا جا سکے - باقی موضوعات پر شذرات یا چھوٹے اداریے لکھے جاتے ہیں -

اخبار میں جتنے اداریہ نگار مقرر ہوتے ہیں زیادہ تر اُن میں باہمی مشورے کے بعد موضوعات کا تعین ہوتا ہے - بعض اخباروں میں ادارتی کانفرنس

میں ایڈیٹر کے زیر صدارت جہاں اور مسائل طے ہوتے ہیں وہاں موضوعات کا بھی انتخاب ہو جاتا ہے اور یوں بھی ہوتا ہے کہ ایڈیٹر اداریہ نگاروں کو بتاتا ہے کہ فلاں موضوع میں فلاں پہلو پر زیادہ زور دیا جائے۔ بہر حال عام طور پر اس کی ضرورت نہیں ہوتی کیونکہ اداریہ نگاروں کو اخبار کی پالیسی کا علم ہوتا ہے۔

اب سوال یہ پیدا ہوتا ہے کہ حالات حاضرہ کی تقابلی اہمیت کا اندازہ کیوں کر ہوتا ہے۔ عام تجربہ کار اداریہ نگاروں کو کوئی مشکل پیش نہیں آتی کیونکہ تجربے کے ساتھ انہیں فوراً اس کا اندازہ ہو جاتا ہے۔ بہر حال نوآموز اداریہ نگاروں کے لیے اساتذۂ صحافت نے کچھ پیمانے وضع کر رکھے ہیں جن سے موضوعات کے انتخاب میں آسانی ہو جاتی ہے۔ مثلاً

الف ۔ **نئے تصورات یا خیالات** : دن بھر کی خبروں میں کچھ نئی تجاویز یا تصورات کا اعلان ہوتا ہے جو اداریوں کا موضوع بن سکتے ہیں۔ مثال کے طور پر نازک غذائی صورت حال پر غور کرنے کے لیے کوئی شخصیت آل پارٹیز کانفرنس کے انعقاد کی تجویز پیش کرتی ہے۔ کارپوریشن محتاج خانوں کے قیام پر غور کر رہی ہے۔ کسی شخص نے کوئی نیا زرعی اوزار یا کوئی نئی کل ایجاد کی ہے۔ کسی ماہر معاشیات نے بے روزگاری کی روک تھام کے لیے تجاویز پیش کی ہیں۔ بین الاقوامی سطح پر بھی بعض نئی تجاویز موضوع بن سکتی ہیں۔ مثلاً مسئلہ کشمیر کا کوئی نیا حل ، دنیائے اسلام کے لیے مشترکہ منڈی کا تصور وغیرہ۔

ب ۔ **واقعات کی اهمیت** : بعض اہم واقعات تشریح اور تبصرے کے محتاج ہوتے ہیں۔ مثلاً کسی پڑوسی ملک میں ایٹم بم کی تیاری ، کسی قریبی ملک میں فوجی انقلاب ، پس ماندہ ممالک کی معاشی امداد کا کوئی بین الاقوامی منصوبہ ، اس قسم کے ایسے واقعات کو ترجیح دی جاتی ہے جس سے اپنے ملک پر اچھا یا برا اثر پڑتا ہو۔ یا کوئی ایسا عالمی واقعہ ہو جس سے ساری

دنیا متاثر ہوتی ہو - قومی مسائل میں سے ان مسائل کو ترجیح دی جاتی ہے جن سے لوگ براہ راست متاثر ہوں یا جن کے دور رس نتائج متوقع ہوں - بعض اوقات کسی بہ ظاہر معمولی واقعہ سے متاثر ہو کر اداریہ نگار عمومی دلچسپی کا اداریہ قلمبند کر لیتا ہے - مثلاً خودکشی کی چند مسلسل وارداتوں کا ذکر کر کے وہ ان کے معاشی اسباب کا کھوج لگاتا ہے - آتش زدگی کی ایک واردات ، آگ بجھانے کے بہتر انتظامات ہر ادارے میں منتج ہوتی ہے - طلبہ کی چند ہڑتالوں سے تعلیمی نظام اور اساتذہ اور طلبہ کے باہمی روابط پر اداریہ نگاری کے راستے کھل جاتے ہیں -

ج - **پس منظر :** سیاسی جھگڑوں ، نئے قوانین اور دوسرے ممالک کے بڑے بڑے واقعات پر ایسے اداریے لکھے جا سکتے ہیں جن میں ان کا تاریخی پس منظر بیان ہو سکے -

د - **بڑی بڑی رپورٹیں :** حکومت اور دوسرے ادارے بعض ایسی بھاری بھرکم رپورٹیں چھاپتے ہیں جن کا مطالعہ ہر کسی کے بس کا روگ نہیں لیکن ان میں بعض ایسے حقائق موجود ہوتے ہیں جن کو اداریوں کا موضوع بنایا جا سکتا ہے -

مواد کہاں سے حاصل کیا جائے ؟

تجربہ کار اداریہ نگاروں کی یاد داشت تیز ہوتی ہے اس لیے بعض اوقات وہ محض یادداشت سے کام لے کر کسی واقعہ کا پس منظر بیان کر دیتے ہیں لیکن زیادہ تر انھیں بعض مآخذ کی طرف رجوع کرنا پڑتا ہے جن کی تفصیل یہ ہے :

۱- **اپنے اخبار کے اداریوں کے تراشوں کا فائل :** ہر اچھے اخبار میں یہ دستور ہے کہ مختلف موضوعات کے الگ الگ فائل بنا لیے جاتے ہیں - ان میں تمام اداریوں کے تراشے موضوع وار چسپاں ہوتے رہتے ہیں - جب کسی موضوع پر اداریہ لکھنا ہوتا ہے متعلقہ فائل کی ورق گردانی کرکے یہ

معلوم کر لیا جاتا ہے کہ اس موضوع پر کون کون سے واقعات پر رائے زنی ہو چکی ہے یہ مطالعہ اداریہ نگار کے لیے پس منظر کا کام دیتا ہے ۔

۲ ۔ حوالے کے رسائل : ریفرنس یا حوالے کے بعض مخصوص رسائل دفتر میں آتے ہیں ۔ ان میں اہم ترین ہفت روزہ Keesing's Contemporary Archives ہے جو برطانیہ سے نکلتا ہے ۔ اس میں حروف تہجی کے اعتبار سے دنیا کے ہر اہم موضوع سے تعلق رکھنے والی مستند معلومات اور دستاویزات درج ہوتی ہیں اور صفحات کا نمبر مسلسل دیا جاتا ہے ۔ اسے استعمال کرنے کا طریقہ یہ ہے کہ فرض کیجے آپ کو کشمیر میں غیر جانبدار رائے شماری کے بارے میں کچھ لکھنا ہے اور آپ اس کے پورے پس منظر سے آگاہ ہونا چاہتے ہیں آپ انڈیکس میں کشمیر کے بارے میں پہلے تازہ ترین معلومات کا حصہ دیکھیں ۔ اُس کے آخر میں درج ہوتا ہے کہ اس سے پہلے کے واقعات فلاں صفحے پر درج ہیں ۔ آپ وہ صفحہ کھول کر پڑھیں ۔ اس کے آخر میں پھر حوالہ دیا جاتا ہے کہ اس سے بھی پہلے کے واقعات فلاں شمارے کے فلاں صفحے پر درج ہیں ۔ اس طرح آپ مسلسل پیچھے کے صفحات میں کشمیر کے مسئلے کے ماضی کا مطالعہ کرتے چلے جائیں تا آنکہ ۱۹۴۷ء تک پہنچ جائیں ۔ مسئلے کے تمام پہلو آئینے کی طرح واضح ہو جائیں گے ۔ اور اس کے بعد پورے اعتماد کے ساتھ اور مستند ذرائع پر مبنی اداریہ (یا مضمون) لکھا جا سکے گا ۔ اسی قسم کے اور رسائل بھی جاری ہیں ۔

۳ ۔ حوالے کی کتب : حوالے کی چند کتب اداریہ نگار کے قریب موجود ہوتی ہیں ۔ مثلاً انسائیکلو پیڈیا بری ٹینیکا ، Almanacs ، Who's Who ، Year Books وغیرہ ۔ ضرورت پڑنے پر ان سے بھی مواد اخذ کیا جا سکتا ہے ۔

اخبار کی لائبریری : دنیا بھر کے اعلیٰ اخبارات کی اپنی لائبریریاں ہوتی ہیں جنھیں انگریزی میں Morgue کہتے ہیں ۔ [اس پر اس کتاب میں الگ باب ملاحظہ فرمائیے] ۔

اسلوب تحریر اور زبان

اداریے کی ترکیب یا خاکے کے بارے میں کوئی خاص لگے بندھے

اصول معین نہیں ہوتے۔ اس کا بہت کچھ انحصار موضوع کی نوعیت اور اداریہ نگار کی اپنی صواب دید پر ہوتا ہے۔ بہر حال عام طور پر اداریے کے چار اجزائے ترکیبی ہوتے ہیں۔ عنوان ، تعارفی پیرا ، بحث ، حاصل بحث۔

۱۔ خبر کی سرخی کی طرح اداریے کی سرخی کا مقصد بھی یہی ہوتا ہے کہ یہ قارئین کے لیے کشش کا موجب ہو۔ سرخی دو طرح کی دی جا سکتی ہے۔

اول : مضمون کے موضوع کے بارے میں مثلاً ''پاکستان اور دولت مشترکہ''۔

دوم : جس میں حاصل بحث کو سرخی کا روپ دیا جائے۔ مثلاً ''کامن ویلتھ کو چھوڑ دو''۔

ایک اور طریقہ بھی رائج ہے۔ کہ سرخی ایک لفظ میں دی جاتی ہے۔ یا کسی مشہور مصرعہ کو عنوان بنا لیا جاتا ہے۔ لیکن اب اس کا رواج کم ہو گیا ہے۔ اور ویسے بھی سرخی ایسی ہونی چاہیے جس سے قاری کو فوراً معلوم ہو جائے کہ اداریہ کس موضوع پر ہے۔

۲۔ جس خبر سے اداریے کا تعلق ہوتا ہے اُس کو ایک پیرے میں تلخیص کر دیا جاتا ہے۔ **تلخیص** ضروری ہے کیونکہ تفصیلی خبر چھپ چکی ہوتی ہے۔

۳۔ بحث کا حصہ مختلف روپ لیتا ہے کبھی اس میں تصویر کے دونوں رخ پیش ہوتے ہیں ، کبھی ایک ہی رخ پیش کرکے اُس کے حق میں دلائل دئیے جاتے ہیں ، کبھی مسئلے کی تشریح اور وضاحت کی جاتی ہے۔

۴۔ حاصل بحث میں اخبار کی رائے پیش کی جاتی ہے۔

اسلوب بیان : بیان کا اسلوب سیدھا سادا ہو تو کہنے والے کی بات دل میں اُتر جاتی ہے۔ بیان کیا جاتا ہے کہ اداریہ میں ایک طرف ایک عام مضمون کا سا ٹھیراؤ ہونا چاہیے اور دوسری طرف کس قدر خطیبانہ رنگ۔ اس میں سنجیدہ اور سرد منطق بھی ہو اور جذباتیت بھی۔ لیکن ایسا نہ ہو کہ ان دونوں میں سے کوئی عنصر غالب آ جائے۔ اسلوب بیان کا انحصار اخبار کی نوعیت پر بھی ہوتا ہے کہ اگر قارئین میں اہل علم

کی کثرت ہو تو خالص منطقی انداز بیا ن مناسب رہتا ہے - اگر قارئین زیادہ تر نیم خواندہ عوام پر مشتمل ہیں تو پھر ایک خاص حد تک جذباتیت کا عنصر ضروری ہوتا ہے اور اگر قارئین کا ذہنی مزاج ان دونوں کے بین بین ہے تو پھر ان دونوں عناصر کے درمیان توازن قائم رکھنا ہوتا ہے -

پیچ دار تحریر سے صرف چند لوگ لطف اُٹھا سکتے ہیں - عام قارئین کے لیے وہ محض معما ہوتی ہے - اسی طرح مبہم اشارے اور کنائے بھی بہت کم لوگ سمجھتے ہیں - اس لیے اگر اداریوں کو مؤثر بنانا مقصود ہو تو ایسے انداز سے پرہیز کرنا چاہیے -

زبان : زبان سلیس اور سادہ ہونی چاہیے ، فقرے چھوٹے ہوں ، پیرے بھی چھوٹے ہوں - کوئی ایسا لفظ نہ آنے پائے جو ایک عام قاری کی سمجھ سے باہر ہو - کسی مشکل اصطلاح کے بارے میں یہ فرض نہیں کر لینا چاہیے کہ ہر شخص اس سے واقف ہے - اگر اس کا استعمال ضروری ہے تو اس کی تھوڑی سی تشریح کر دی جائے -

طوالت : کسی زمانے میں بڑے بڑے اداریہ نگار طول نویسی کے عادی تھے لیکن یہ اُن دنوں کی بات ہے جب اخباروں کی اشاعتیں محدود تھیں اور پڑھنے والوں کے پاس بہت وقت ہوتا تھا - آج کی مصروف دنیا میں مختصر اداریوں کا رواج ہے - عام طور پر تین سو سے چھ سو الفاظ تک میں مقالۂ افتتاحیہ لکھا جاتا ہے اور باقی اداریے سو ڈیڑھ سو الفاظ سے زیادہ کے نہیں ہوتے - بعض کثیرالاشاعت اخبار ایسے بھی ہیں جہاں کوئی اداریہ سو سوا سو الفاظ سے زیادہ پر مشتمل نہیں ہوتا -

اچھے اداریے کی پہچان : کسی اداریے کی خوبی کا اندازہ کرنے کے لیے مندرجہ ذیل امور کو پیمانہ بنایا جا سکتا ہے :

الف - کیا اس اداریے میں ایسے لوگ بھی دلچسپی لے سکتے ہیں جنھیں اس کے موضوع سے خاص رغبت نہیں ؟

ب - کیا اس اداریے کا ما حصل ایک فقرے میں بیان ہو سکتا ہے ؟

ج - کیا اس اداریے کو قارئین آسانی سے سمجھ سکتے ہیں اور اس میں بیان کردہ رائے پر یقین کر سکتے ہیں ؟

اظہار خیال کے اخلاقی پہلو

کسی زمانے میں صحافی خود اخبار جاری کرتے تھے اور چلاتے تھے - وہ خود ہی مالک تھے ، خود ہی ایڈیٹر تھے ، خود ہی پالیسی وضع کرتے تھے اور خود ہی اداریے لکھتے تھے - آج بھی کچھ ایسے اخبار موجود ہیں لیکن یہ محض "یادگار زمانہ" ہیں اور ان کا مستقبل روز بروز تاریک ہو رہا ہے - آج کے زمانے میں صحافت ایک صنعت بن چکی ہے اور مشترکہ سرمائے کی کمپنیاں بڑے بڑے اخبار چلاتی ہیں - پالیسی مینیجنگ ڈائریکٹر کے ہاتھ میں ہوتی ہے - ایڈیٹر تنخواہ دار ملازم ہوتا ہے اور اداریہ نگار ایڈیٹر کے ماتحت کام کرتے ہیں - گویا اب ضروری نہیں کہ اداریہ نگار جس رائے کا اظہار کریں وہ ان کی اپنی رائے بھی ہو اور کارکن صحافیوں کو اس پر بہ ظاہر کوئی اعتراض نہیں - کیونکہ ان کی جماعتیں صرف ٹریڈ یونین کی حیثیت رکھتی ہیں -

جیسا کہ ہم بتا چکے ہیں پالیسی مینیجنگ ڈائریکٹر کے ہاتھ میں ہوتی ہے - وہ اس کے بنیادی نکات ایڈیٹر پر واضح کر دیتا ہے اور جہاں تک ان کو عمل میں لانے کی تفاصیل کا تعلق ہوتا ہے وہ ایڈیٹر کے احاطۂ اختیار میں ہے - کبھی کبھی تفاصیل اور جزئیات کے بارے میں بھی مینیجنگ ڈائریکٹر یا مالک دخل دینے کا مجاز ہے - جہاں تک خبروں کی ترتیب یا مضامین کی اشاعت کا تعلق ہوتا ہے کسی خاص اختلاف کی نوبت نہیں آتی - لیکن اداریہ نگاری کا تعلق چونکہ رائے سے ہے اس لیے اس میں اختلاف پیدا ہوتا ہے اور یہاں ضمیر کی آواز کا سوال اٹھتا ہے - اس مسئلے پر "سنڈے ٹائمز" (لندن) کے ایڈیٹر مسٹر ایچ وی ہاڈسن کی رائے وقیع معلوم ہوتی ہے - وہ اداریہ نگاری پر ایک مقالے کے دوران لکھتے ہیں :

> "کیا ایک اداریہ نگار کے لیے اس امر کو
> ضمیر کے خلاف جرم تصور کیا جائے کہ
> وہ اداریوں میں اپنی ذاتی آراء سے مختلف آراء

کا اظہار کرتا ہے ؟ اگر کوئی سیاسی اداریہ نگار اپنے فرائض منصبی کی انجام دہی میں ایسا کرتا ہے تو آیا اسے بودا یا سنکی آدمی سمجھا جائے ؟ جہاں تک ضمیر کا سوال ہے اس کا جواب ضمیر ہی پر چھوڑا جا سکتا ہے ۔ آئیے ، ہم دو انتہائی صورتوں کا جائزہ لیں ۔ جو شخص ہر روز ایسے خیالات کا اظہار کرتا ہے جن کے بارے میں اُسے یقین ہے کہ وہ غلط اور نقصان دہ ہیں تو اس کا یہ طرز عمل خلاف اخلاق ہے ۔ اب ایک ایسے اداریہ نگار کی مثال لیجیے جو بعض ذیلی نکات پر اپنی ذاتی رائے کے اظہار میں کچھ ترمیم کر لیتا ہے ، یا اس میں اعتدال روا رکھتا ہے تو اس میں قطعی طور پر کوئی اخلاقی مسئلہ پیدا نہیں ہوتا بشرطیکہ پیشہ ورانہ صحافت اور سیاسی مصالحت ہی کو خلاف اخلاق نہ سمجھ لیا جائے ۔ اب یہ ضمیر اور کردار کا کام ہے کہ وہ ان دونوں کے درمیان حد فاصل کا تعین کریں ۔ یہاں یہ کہنا کافی ہے کہ اگر ایک اداریہ نگار ان موضوعات سے بارے میں مستقل طور پر اخبار کی رائے سے مختلف رائے رکھتا ہے جن پر اُسے قلم اُٹھانا پڑتا ہے اور وہ ایڈیٹر یا مالک کو اپنے مؤقف کی سچائی کا یقین دلانے میں ناکام رہتا ہے تو اس کے لیے یہی مناسب ہے کہ وہ کوئی اور ملازمت کر لے ۔ یہاں یہ ذکر خالی از

دلچسپی نہ ہو گا کہ کوئی عقل مند ایڈیٹر
اپنے کسی اداریہ نگار کو کسی ایسے موضوع
پر اظہار خیال کی ہدایت نہیں دیتا جس پر
اس کی رائے اخبار کی رائے سے مختلف ہو''۔

خلاصہ

مسائل حاضرہ کی تشریح ، اُن کے مفہوم کی وضاحت ، نیک مقاصد کا فروغ ، قارئین کو سوچنے کی عادت ڈالنا ، ان کی راہنمائی اور ان کے لیے تفریح کا سامان بہم پہنچانا اداریہ نگاری کے بنیادی مقاصد ہیں۔

اداریوں کی تین اقسام ہیں : معلوماتی ، استدلالی اور تفریحی۔ لیکن اردو صحافت میں تفریحی اداریوں کی جگہ مستقل مزاحیہ کالم دیے جاتے ہیں۔

اداریہ نگار کے لیے یہ اوصاف ضروری ہیں : پالیسی کا علم ، خیالات میں لچک ، وسیع علمی قابلیت ، مطالعہ کی عادت ، محقق کا ذہن ، قارئین کی نبض شناسی ، مسائل کی تقابلی اہمیت سمجھنے کی صلاحیت ، سوچ بچار کا شوق ، منطق ، جاندار انداز تحریر ، مبلغانہ جذبہ ، قوانین سے آگاہی ، سائنسی انداز فکر اور متوازن انداز بیان۔

حالات حاضرہ کی تقابلی اہمیت ، نئے تصورات اور خیالات اور بڑے بڑے مقامی ، علاقائی ، قومی اور بین الاقوامی مسائل سے موضوع اُبھرتے ہیں۔ موضوعات کے انتخاب میں اخبار کی پالیسی اور قارئین کی دلچسپی اور مفاد پیش نظر رکھے جاتے ہیں۔

ذاتی یادداشت ، اداریوں کے تراشوں کے فائل ، حوالے کے رسائل ، حوالے کی کتب اور اخبار کی لائبریری ، مواد کی فراہمی میں مدد دیتے ہیں۔

سرخی ، تعارفی پیرا ، بحث اور حاصل بحث اداریے کے چار اجزائے ترکیبی ہیں۔

اسلوب بیان سادہ ہو۔ منطق اور جذباتیت کا ایک متوازن امتزاج پیش کیا جائے۔ پیچ دار تحریر اور مبہم اشاروں اور کنایوں سے گریز کیا

جائے - زبان سادہ اور سلیس ہونی چاہیے اور اداریے مختصر لکھنے چاہییں - اچھا اداریہ وہ ہے جسے لوگ آسانی سے سمجھ لیں اور جس کا ماحصل ایک فقرے میں بیان ہو سکے -

اداریوں میں اخبار کی رائے دی جاتی ہے - اداریہ نگار کی ذاتی رائے نہیں دی جاتی - اگر اداریہ نگار اپنی ذاتی آرا کو ہمیشہ اخبار کی آرا سے مختلف پائے تو اس کے لیے یہی مناسب ہے کہ وہ کوئی اور ملازمت کر لے- بہر حال ذیلی امور پر اپنی ذاتی رائے میں ترمیم یا تبدیلی کوئی اخلاق مسئلہ نہیں -

سوالات

۱ - اداریہ کسے کہتے ہیں ؟ اس کے مقاصد واضح کیجئے -

۲ - اداریوں کی اقسام بتائیے اور پاکستان کے اخباروں پر ان کا انطباق کر کے بیان کیجیے کہ یہاں کون سی اقسام رائج ہیں -

۳ - اداریہ نگار میں کون سے اوصاف ضروری ہیں ؟

۴ - اداریوں کے موضوعات کیسے معین ہوتے ہیں اور مواد کی فراہمی کے ذرائع کون سے ہیں ؟

۵ - اداریہ نگاروں کے اسلوب اور بیان کے مختلف پہلوؤں پر روشنی ڈالیے اور اس سلسلے میں پاکستانی اخباروں سے مثالیں دیجیے -

خطوط بنام ایڈیٹر

صحافت کی یہ بہت پرانی روایت ہے کہ جس صفحے پر اداریے دیے جاتے ہیں اسی پر خطوط بنام مدیر بھی درج کیے جاتے ہیں - آج بعض اخبار اس روایت سے گریز بھی کرتے ہیں - لیکن دنیا بھر کے اخبارات کی غالب اکثریت اس روایت پر قائم ہے - اس کے پس پشت اخبار کا یہ جذبہ کارفرما ہوتا ہے - کہ ہماری رائے ہو یا قارئین کی رائے ، دونوں کو برابر ہی حیثیت حاصل ہے - ہم اپنی رائے کا اظہار اداریوں میں کرتے ہیں اور ان کے بالمقابل قارئین کی آرا بھی درج کر دیتے ہیں تا کہ تصویر کے دونوں پہلو سامنے آ جائیں اور کسی کو یہ خیال نہ ہو کہ وہ اپنی رائے کے اظہار پر قادر نہیں - اس طرح اخبار اور اس کے قارئین کے درمیان ایک ذہنی رابطہ قائم رہتا ہے -

اخبار کی ہردلعزیزی کا دارومدار جن عناصر پر ہوتا ہے ان میں "خطوط بنام مدیر" کو بڑی اہمیت حاصل ہے کیونکہ اس کالم سے اخبار پڑھنے والوں کو یہ احساس ہوتا ہے کہ ہماری رائے کو بھی وقعت دی جاتی ہے اور ہمیں روزمرہ زندگی میں جو مشکلات پیش آتی ہیں یا حکام سے جو شکایات ہوتی ہیں انھیں اخبار کے ذریعے سے متعلقہ حلقوں تک پہنچایا جا سکتا ہے - پڑھنے والے محسوس کرتے ہیں کہ اخبار صرف معلومات کی فراہمی ہی کا ذریعہ نہیں ان کے لیے سہارے کا کام بھی دیتا ہے -

مدیر کے نام پر ڈاک میں خطوط کی ایک بڑی تعداد آتی ہے - انھیں اخباری اصطلاح میں مراسلات بھی کہتے ہیں - ان میں جو مراسلے خبروں کی حیثیت رکھتے ہیں وہ شعبۂ مخابرات میں بھیج دیے جاتے ہیں جہاں اُن کی قطع و برید اور تصحیح کی جاتی ہے اور انھیں خبروں کے کالموں میں چھاپ دیا جاتا ہے - لیکن بہت سے خطوط ایسے بھی ہوتے ہیں جن میں رائے کا اظہار

ہوتا ہے ۔ مثلاً

الف ۔ اداریوں اور شذروں میں پیش کی ہوئی آرا کی تعریف ، تردید یا ان پر تنقید کی جاتی ہے ۔

ب ۔ اخبار کے مستقل کالم نویسوں یا مضمون نگاروں کے خیالات پر نکتہ چینی کی جاتی ہے اور غلطیوں کی نشان دہی کی جاتی ہے ۔

ج ۔ کسی خبر یا بیان یا تقریر پر تبصرہ کیا جاتا ہے ۔

د ۔ معاشرے کی کسی خرابی کے خلاف احتجاج کیا جاتا ہے ۔

ہ ۔ زندگی کے مختلف شعبوں میں جو بے انصافیاں ہوتی ہیں ان کا پردہ چاک کیا جاتا ہے ۔

و ۔ نظم و نسق پر نکتہ چینی کی جاتی ہے ۔

ز ۔ شہری زندگی میں سہولتوں کا مطالبہ کیا جاتا ہے ۔

ح ۔ ہر قسم کی شکایات پیش کی جاتی ہیں ۔

ط ۔ نئے تصورات اور نئے خیالات پیش کیے جاتے ہیں ۔

ی ۔ نیک کاموں میں لوگوں کی اعانت طلب کی جاتی ہے ۔

ایسے تمام خطوط اُس اسسٹنٹ ایڈیٹر کے سپرد کیے جاتے ہیں جو اس شعبے کا انچارج ہوتا ہے ۔ وہ ایسے تمام خطوط ردی کی ٹوکری میں ڈال دیتا ہے جن میں کسی شخصیت پر گندگی اُچھالی گئی ہو یا ناشائستہ باتیں لکھی ہوں ، یا ذاتی حملے کیے ہوں ۔ بعض الزامات کے بارے میں ایڈیٹر کو یقین ہوتا ہے کہ وہ درست ہیں ۔ اس کے باوجود وہ انھیں نہیں چھاپتا کیونکہ اس طرح مقدمے بازی میں اُلجھنا پڑتا ہے اور اس میں وقت اور سرمائے کا ضیاع ہوتا ہے ۔ اس کے علاوہ کوئی اخبار ایسا مراسلہ بھی نہیں چھاپتا جو گم نام ہو یا جس کے نیچے صرف نام ہو اور مکمل پتا نہ ہو ۔ بہر حال یہ ممکن ہے ۔ کہ کوئی شخص ایڈیٹر کے نام خط لکھے ۔ اپنا نام اور پورا پتا درج کرے اور ساتھ ہی کہ دے کہ وہ مراسلے کے نیچے اپنا نام چھپوانا نہیں چاہتا ۔ ایسے میں ایڈیٹر اس کی خواہش کا احترام کرتا ہے اور ذمہ دار اور شائستہ اخباروں کی یہ مقدس روایت ہے کہ وہ مراسلہ نگار کے نام کا افشا نہیں کرتے خواہ

اس میں انھیں تکلیف ہی کیوں نہ اٹھانی پڑے -

ناقابل اشاعت مراسلات کی چھانٹی کے بعد جو خطوط بچتے ہیں ان کی ایڈیٹنگ بڑی محنت کا کام ہے کیونکہ مراسلہ نگار پیشہ ور لکھنے والے تو نہیں ہوتے - نہ یہ ضروری ہے کہ سب کو زبان و بیان کی باریکیوں پر عبور ہو - پھر یہ عادت بھی عام ہے کہ لوگ لمبے لمبے مراسلے لکھ ڈالتے ہیں - اگر اخبار انھیں بجنسہٖ چھاپ دیں تو وہ اتنی جگہ لے لیں کہ خبروں کے لیے بھی گنجائش نہ رہے - اس لیے ان مراسلات کی تلخیص کی جاتی ہے - جو خط چھوٹے ہوں ان کی نوک پلک درست کی جاتی ہے اور قابل اعتراض حصے حذف کیے جاتے ہیں - بعض مراسلات اس طرح لکھے ہوتے ہیں کہ انھیں از سر نو لکھنے کی ضرورت پڑتی ہے اور سچ پوچھیے تو زیادہ تر خطوط اسی نوعیت کے ہوتے ہیں - جب ایڈیٹنگ کے مراحل طے ہو جاتے ہیں تو پھر انھیں چھاپ دیا جاتا ہے -

چونکہ اس کالم کے لیے نظم و نسق سے شکایات اور حکام اور اداروں پر نکتہ چینی کے حامل خطوط عام طور پر آتے ہیں اور اخبار یہ نہیں چاہتا کہ کوئی غلط شکایت چھپ جائے اس لیے متعلقہ اسسٹنٹ ایڈیٹر اس بات کی تشفی کر لیتا ہے کہ اخبار کو غلط مقاصد اور غلط شکایات کا آلۂ کار نہ بنایا جائے - بعض مراسلہ نگار چالاک ہوتے ہیں وہ غلط شکایات پر مبنی خط لکھتے ہیں نیچے دستخط ، نام اور پورا پتا درج ہوتا ہے لیکن یہ سب غلط ہوتے ہیں - اگر ایڈیٹر کو یقین ہو جائے کہ یہ غلط شکایت ہے تو وہ مراسلہ تلف کر دیتا ہے لیکن اگر اسے محض شک پیدا ہو کہ نام اور پتا غلط ہے لیکن مراسلے کی اشاعت میں کوئی ہرج نہیں تو وہ اس پتے پر ایک پوسٹ کارڈ لکھ دیتا ہے - اگر وہ مقامی شخص ہو تو اسے ملنے کو کہتا ہے - اگر بیرونی ہو تو اس سے کسی پہلو کی وضاحت دریافت کرتا ہے - اگر جواب نہ آئے تو اُسے معلوم ہو جاتا ہے کہ اس میں گڑ بڑ ہے - بہرحال ایسا بہت کم ہوتا ہے کیونکہ ایڈیٹروں کے پاس اتنی فرصت نہیں ہوتی -

بعض اوقات اخبار میں کوئی ایسا مضمون چھاپا جاتا ہے جس کے بارے میں اختلاف رائے کی توقع ہوتی ہے اور اعلان کیا جاتا ہے کہ اس پر

نکتہ چینی کا خیر مقدم کیا جائے گا۔ بہت سے قارئین اس پر قلم اٹھاتے ہیں۔ اس طرح ایک طرف کسی مسئلے کے سارے پہلو اُجاگر ہو جاتے ہیں دوسری طرف اخبار کچھ اور قارئین کے دل میں عزت کا مقام حاصل کر لیتا ہے۔ کبھی مضامین کا جواب پورے پورے مضامین کے روپ میں یا طویل اور مفصل خطوط کی صورت میں چھاپا جاتا ہے۔ کبھی موصول ہونے والے خطوط کے خلاصے پیش کر دیے جاتے ہیں۔ بعض اخبار ہر پندرھویں دن ایک سیاسی یا معاشری موضوع دے کر اعلان کرتے ہیں کہ تین بہترین خطوط پر نقد انعام دیے جائیں گے۔ عام طور پر اس قسم کے مقابلوں میں پیشہ ور لکھنے والے شریک نہیں ہوتے اس لیے نو آموز حضرات کو موقع مل جاتا ہے کہ وہ محنت کریں اور اچھا سا خط لکھ کر مقابلے میں شریک ہوں۔ پس ایسے خطوط پر بہت سے قارئین کی بہترین کاوش مرتکز ہو جاتی ہے اور اخبار کو موقعہ مل جاتا ہے کہ وہ تین بہترین خطوط منتخب کر کے چھاپ دے۔ اور یوں بھی ہوتا ہے کہ جن خطوط کو انعام کا مستحق قرار نہیں دیا گیا اُن میں سے بھی چند چھاپ دیے جاتے ہیں اس طرح ایک تو کسی موضوع پر سیر حاصل بحث آ جاتی ہے دوسرے اخبار اور قارئین کا باہمی رشتہ زیادہ مضبوط ہو جاتا ہے۔

خطوط بنام مدیر کے کالم میں کبھی کبھی کوئی ایسا خط بھی آ جاتا ہے جس میں ظاہر کی ہوئی رائے سے بہت سے لوگوں کو اختلاف ہوتا ہے۔ چنانچہ ایک بحث چھڑ جاتی ہے اور بھانت بھانت کی بولیاں سننے میں آتی ہیں۔ جتنی دیر بحث دلچسپ رہتی ہے اسے جاری رکھا جاتا ہے۔ جب ''بور'' کرنے لگتی ہے تو اخبار کی طرف سے اعلان ہوتا ہے کہ اب اس مسئلے پر مزید خطوط نہیں چھاپے جائیں گے لیکن اس دوران کوئی نہ کوئی اور بحث چھڑ جاتی ہے اور اس طرح ''خطوط بنام مدیر'' کے کالم کی دلچسپی میں فرق نہیں آتا۔

چونکہ یہ کالم بہت سے لوگ پڑھتے ہیں اور اس سے اخبار کی افادیت، دلچسپی اور اشاعت میں اضافہ ہوتا ہے اس لیے اس کی ترتیب کسی تجربہ کار اخبار نویس کو سونپی جاتی ہے۔

خلاصہ

"خطوط بنام مدیر" صحافت کی پرانی روایت ہے اس کا مقصد یہ ہے کہ اخبار کی رائے کے ساتھ ساتھ قارئین کی رائے بھی منظر عام پر آتی رہے۔ اخبار کے مندرجات پر تعریفی یا تعریضی نکتہ چینی ، خرابیوں اور بے انصافیوں کے خلاف احتجاج ، شکایات ، نیک کاموں میں اعانت ، نئے تصورات کی پیشکش اور مطالبات اس کالم کے موضوع بنتے ہیں ۔ جس خط پر نام اور مفصل پتا درج نہ ہو اُسے شائع نہیں کیا جاتا ۔ باقی خطوط کی خاصی ایڈیٹنگ کی جاتی ہے ۔ بعض اخبار کسی مجوزہ موضوع پر خطوط کا انعامی مقابلہ بھی کراتے ہیں ۔ اس کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ قارئین اور اخبار کے درمیان گہرا رابطہ قائم رہے ۔

سوالات

۱ ۔ خطوط بنام مدیر زیادہ تر اخباروں کے ادارتی صفحے پر کیوں درج ہوتے ہیں ؟
۲ ۔ خطوط کے موضوعات پر روشنی ڈالیے ۔
۳ ۔ ایڈیٹنگ میں کن باتوں کا خیال رکھا جاتا ہے ؟

فیچر نگاری

فیچر (FEATURE) کی اصطلاح کئی معنوں میں رائج ہے - مثلاً اگر کسی خبر کے ایک پہلو کو نمایاں کرنا مقصود ہو تو ایڈیٹر اپنے ماتحت کارکن سے کہتا ہے کہ اس پہلو کو فیچر کیا جائے - اگر کوئی ایسی خبر آئے جس میں انسانی دلچسپی کے خاص پہلو موجود ہوں اور ڈرامائی پیشکش کا امکان موجود ہو تو کہا جاتا ہے کہ اس کا فیچر بنا دو - مستقل عنوانات کے تحت جو خاص کالم دیے جاتے ہیں اُنھیں مستقل فیچر کہا جاتا ہے اور فیچر اُس مضمون کو بھی کہتے ہیں جس کے اسلوب تحریر میں نیم ڈرامائی ، داستانی اور قارئین سے براہ راست گفتگو کا انداز نمایاں ہو اور یہ ایک ایسی بے تکلفی اور بے ساختگی سے عبارت ہو کہ ہر کسی کا پڑھنے کو دل چاہے - گویا فیچر میں ابلاغ کو آسان اور ہمہ گیر بنایا جاتا ہے -

پہلے پہل اخباروں میں حالات حاضرہ پر جو مقالات شائع کیے جاتے تھے اُن میں معلومات کا انبار جمع کر دیا جاتا تھا لیکن اسلوب تحریر پر اس نقطۂ نگاہ سے زور نہیں دیا جاتا تھا کہ اس سے دلچسپی میں اضافہ ہو - جب مقصد یہ ٹھہرا کہ اخبارات عوام تک پہنچیں اور اُن کی اشاعت بڑھے تو یہ بھی محسوس ہؤا کہ زبان سادہ ہو ، اسلوب تحریر میں کشش ہو ، تاکہ لوگ زیادہ سے زیادہ تعداد میں مضامین کا مطالعہ کریں - یہاں سے فیچر کا آغاز ہؤا لیکن مدتوں فیچر اور عام مضامین میں امتیاز باقی رہا - اور ان دونوں کو الگ الگ صنف سمجھا گیا - چنانچہ بھاری بھرکم مضامین بھی چھپتے رہے اور فیچر بھی اور یہ تصور عام رہا کہ فیچر صرف ہلکے پھلکے موضوعات پر لکھنے چاہییں اور بڑے بڑے سنجیدہ مسائل پر مقالہ نگاری پرانے انداز میں کی جائے - پھر صحافت نے محسوس کیا کہ اُسے

اگر عوام کے دلوں تک پہنچنا ہے تو ضروری ہے کہ ہر بات یوں کہی جائے کہ ہر شخص کی سمجھ میں آ جائے اور وہ اُس سے لطف اندوز ہو۔ چنانچہ بھاری بھر کم اور دقیق قسم کے مقالات کی اشاعت کم ہو گئی اور بھاری سے بھاری اور دقیق سے دقیق مسائل پر بھی فیچر لکھے جانے لگے۔ آج دنیا بھر میں صحافت کا یہی انداز ہو گیا ہے۔ اخبار عوام پسند ہوں یا خواص پسند، کثیر الاشاعت ہوں یا محدود اشاعت کے، فیچر نگاری پر خاص زور دیا جاتا ہے اور سچ پوچھیے تو اب دنیا بھر کے علمی حلقوں نے بھی اس حقیقت کو تسلیم کر لیا ہے کہ سخت سے سخت تکنیکی مسائل پر بھی عام فہم زبان میں مضمون لکھنے چاہییں کیونکہ علم کا مقصد یہی ہے کہ وہ زیادہ سے زیادہ لوگوں تک پہنچے۔

کسی نوآموز صحافی سے اگر کہا جائے کہ کوئی فیچر لکھو تو وہ فوراً پوچھے گا کون سے موضوع پر لکھوں؟ ضرورت اس بات کی ہے کہ اُسے یہ سوال پوچھنے کی حاجت نہ ہو اور وہ خود سوچ سکے کہ کون کون سے موضوع ایسے ہیں جن پر فیچر لکھے جا سکتے ہیں۔ یہ صلاحیت پیدا کرنے کا ایک طریقہ یہ ہے کہ وہ اخبارات کا مطالعہ کرے اور اپنے آپ سے یہ سوال پوچھے:

۱۔ آج کے ایسے گرما گرم موضوع کون سے ہیں جن کے بارے میں لوگ زیادہ معلومات اخذ کرنا چاہتے ہیں؟

۲۔ ایسی خبریں کون کون سی ہیں جو بہ ظاہر زیادہ اہم نہیں لیکن ان کے کچھ ایسے پہلو ہیں جن کے بارے میں لوگ کچھ زیادہ جاننا چاہیں گے۔

۳۔ خبروں میں آئندہ واقعات کی طرف جو اشارے کیے گئے ہیں، کیا وہ اس امر کے متقاضی ہیں کہ ان پر فیچر لکھے جائیں تاکہ جب وہ واقعات وجود میں آئیں تو لوگ ان کی اہمیت سمجھ سکیں۔

ہم نے ۷ دسمبر ۶۵ء کے ''پاکستان ٹائمز'' کا مطالعہ اسی نقطۂ نظر سے کیا اور ان نتائج پر پہنچے:

۱۔ مغربی پاکستان اسمبلی نے یہ قانون منظور کیا کہ خوراک میں

ملاوٹ کرنے والوں کو ایک لاکھ روپے تک جرمانے کی سزا اور پانچ سال تک قید با مشقت کی سزا دی جا سکے گی ۔ اس پر ایک فیچر لکھا جا سکتا ہے جس میں بتایا جائے کہ قانون کی پہلی صورت کیا تھی ، اس میں کیا خرابی تھی ، اس خرابی کو نئے قانون میں کس طرح دور کیا گیا ہے ۔ یہ بھی بتایا جا سکتا ہے کہ ملاوٹ کے کون کون سے عجیب و غریب طریقے اختیار کیے گئے اور ان سے عوام کی صحت کو کیسے کیسے خطرے پیدا ہو رہے ہیں ۔

۲ ۔ امریکی سیارہ جیمنی ہفتم دو مسافروں کو لے کر خلا کی چودہ روزہ پرواز میں مصروف ہے ۔ ایسے میں ایک فیچر میں یہ جائزہ لیا جا سکتا ہے کہ اب تک خلائی پرواز کے کون کون سے مراحل طے ہوئے ہیں اور اس کا مقصد کیا ہے ۔

۳ ۔ ارجن‌ٹائن میں ایک کیتھولک پادری نے خلا میں پرواز کرتی ہوئی تین چیزوں کا مشاہدہ کیا اور اپنی نجی رصدگاہ کے ذریعے سے انھیں چاند کی سطح پر سے گذرتے دیکھا ہے ۔ اس کا خیال ہے کہ یہ مشتری سے چاند کی طرف بھیجی گئی ہیں ۔ اس چھوٹی سی خبر کا سہارا لے کر اُڑن طشتریوں پر ایک دل چسپ فیچر لکھنا ممکن ہے ۔

۴ ۔ پاکستان کونسل کی پہلی سالگرہ کی خوشی میں ایک ہفتہ منایا جا رہا ہے ۔ اس سلسلے میں ایک ایسا فیچر لکھا جا سکتا جس میں بتایا جائے کہ پاکستان کونسل کے مقاصد کیا ہیں اور اس نے گذشتہ برس ان مقاصد کو عمل میں لانے کے لیے کیا کچھ کیا ؟

ضروری نہیں کہ اخباروں میں صرف اُن موضوعات پر فیچر لکھے جائیں جو حالات حاضرہ یا خبروں سے تعلق رکھیں ۔ ان سے باہر رہ کر بھی فیچر لکھے جا سکتے ہیں اور اُن کے موضوعات انگریزی فیچر نگار میٹ سن (Matson) کے قول کے مطابق یوں سوچے جا سکتے ہیں :

''اپنی ذات کے بارے میں سوچیے۔ اپنا انٹرویو کیجیے ۔ آپ کی دلچسپیاں کیا کیا ہیں ؟ آپ سے کون کون سے حیرت انگیز واقعات پیش آئے ؟ آپ کے مشاغل فرصت کیا ہیں ؟ یہ سوچتے سوچتے درجنوں موضوع اُبھر آئیں گے اور آپ اپنے آپ کے بارے میں جتنا سوچیں گے اتنے ہی زیادہ موضوع مل جائیں گے ۔''

اب میں اسی انداز میں قلم کے ذریعے سے سوچتا ہوں ملاحظہ فرمائیے:

میں سگرٹ پی رہا ہوں اور جب لکھتا ہوں تو مسلسل سگرٹ نوشی کرتا ہوں ۔ میں جانتا ہوں یہ بری عادت ہے ، فضول خرچی ہے ، اس سے سرطان کا مرض ہو جاتا ہے لیکن کیا کروں سگرٹ نہ پیوں تو تحریر ناممکن معلوم ہوتی ہے اور تحریر چھوڑ دوں تو گویا اپنا پیشہ چھوڑ دوں ۔

[یہاں کم از کم دو موضوع اُبھرتے ہیں ۔ ایک فیچر اس بات پر لکھا جا سکتا ہے کہ پاکستان میں ہر روز لوگ سگرٹ نوشی پر کتنی بڑی رقم پھونک ڈالتے ہیں ، جس سے بہ ظاہر کوئی فائدہ نہیں ۔ دوسرا فیچر اس موضوع پر ہو سکتا ہے کہ تمباکو نوشی سرطان کے مرض میں کس حد تک ذمہ دار ہے]

میرے سامنے انجمن ترقی اُردو ادب کی بوجھل سٹینڈرڈ انگلش ڈکشنری ہے ۔ مجھے اس سے چڑ ہے کیونکہ میں جب کسی انگریزی لفظ کا ترجمہ اس میں دیکھتا ہوں بہت مایوس ہوتا ہوں ۔ اردو کے جو مترادف الفاظ اس میں ملتے ہیں ان سے بہتر میں خود سوچ لیتا ہوں لیکن سوچنے میں وقت صرف ہوتا ہے ۔

[اس ڈکشنری پر ایک دلچسپ فیچر اس
طرح لکھا جا سکتا ہے کہ فیچر نگار ایسے
لکھنے والوں کی ایک خاص تعداد سے
انٹرویو کرے جو تصنیف و تالیف اور ترجمے
کا کام کرتے ہیں ۔ ڈکشنری کے بارے میں
ان سب کے تاثرات جمع کیے جا سکتے ہیں]

مجھ سے چند گز کے فاصلے پر گل داؤدی کے پودوں کی ایک پوری قطار ہے ۔ ان میں بہت سے پھول ہیں ۔ لیکن سب کے سب سفید ہیں اور میرے پڑوسی کے ہاں گل داؤدی کے رنگا رنگ پھول اُگتے ہیں ۔

[گل داؤدی پر ایک فیچر کیسا رہے گا ؟
اس میں اس کی مختلف اقسام کا تذکرہ ہو ۔
یہ بتایا جائے کہ یہ پھول کس دیس سے آیا
اور گل داؤدی کی جو نمائش حال ہی میں
منعقد ہوئی اس کے انعام یافتگان سے انٹرویو
کر کے مزید معلومات حاصل کی جائیں]

گل داؤدی سے مجھے گلاب کے پھول یاد آئے ۔ میں نے قلمی گلاب کے ایسے پودے لگوائے ہیں جن کے پھول سہ رنگے ہیں ۔ پتی کے اُوپر پیلا اور اس کے نیچے سرخ رنگ ہے اور پھول کے قلب میں نارنجی رنگ نظر آتا ہے ۔

[قلمی گلاب کی مختلف قسموں پر کیوں نہ
ایک فیچر لکھ دیا جائے ؟ اور ٹھہریے !
ایک اور بات سوجھی ہے ۔ یہ مطالعہ بھی
دلچسپ رہے گا کہ مختلف پھلوں کی قلموں
کو جوڑ کر بونے سے نئے پھل کیسے پیدا
ہوتے ہیں ۔ آپ نے کینو توکھایا ہی ہو گا]

ملاحظہ فرمایا آپ نے ۔ چند منٹ کی سوچ میں کتنے موضوع اُبھر آئے ۔ میں اس سلسلے کو جاری رکھ سکتا ہوں لیکن کیا کروں ۔ مجھے فیچر نگاری

کے باب کا باقی حصہ بھی لکھنا ہے -

اگر ہم فیچر مضامین کی مختلف اقسام کا جائزہ لیں تو موضوعات کے کے اتنے دروازے کھل جائیں گے کہ ان کی کوئی انتہا نہیں ہو گی - ملاحظہ فرمائیے :

۱ - **یادگاری مضامین :** اچھے فیچر نگار سال بھر کے لیے یادگاری مضامین کی ایک فہرست بنا لیتے ہیں - مثلاً اہم قومی شخصیتوں کی برسیاں قومی اور دینی تہواروں کی تاریخیں ، عظیم واقعات ، مقامی میلے - قائداعظم اور علامہ اقبال کی یاد میں جو دن منائے جاتے ہیں وہ تو سب کو معلوم ہوتے ہیں - ان کے علاوہ بھی بہت سی برسیاں منائی جاتی ہیں - مثلاً سر سید احمد خاں ، الطاف حسین حالی ، حسرت موہانی ، ظفر علی خاں محمد علی جوہر ، لیاقت علی خاں ، عبدالرب نشتر ، وغیرہ - تاریخی شخصیتوں میں ٹیپو سلطان اور سراج الدولہ - دینی شخصیتوں میں یوم حسینؓ یوم علیؓ ، یوم عمر فاروقؓ ، یوم ابوبکرؓ - دینی تہواروں میں عیدالفطر ، عیدالضحیٰ ، عید میلادالنبیؐ ، معراج ، شب برات ، محرم‌الحرام - قومی تہواروں میں یوم آزادی ، یوم انقلاب ، یوم جمہوریہ ، یوم افواج - عظیم واقعات میں یوم پلاسی ، یوم انقلاب ۱۸۵۷ ، یوم جلیانوالا باغ ، یوم شہید گنج ، خاکساروں کا دن - غیر ملکی عظیم واقعات میں یوم جمہوریہ ترکیہ ، یوم کمال اتاترک - مقامی میلوں میں میلہ چراغاں ، عرس بابا بلھے شاہ عرس حضرت داتا گنج بخشؒ اور دوسرے صوفیوں کی برسیاں اور عرس - چونکہ ہمارے ملک میں برسیاں منانے کا ذوق بدرجۂ اتم موجود ہے اس لیے اور بھی کئی یوم منائے جاتے ہیں - ان تمام مواقع پر اخبار مضامین چھاپتے ہیں - یادگاری مضامین کے بارے میں ایک خیال رکھنا ضروری ہے کہ گھسے پٹے مواد کی بنا پر گھسے پٹے مضامین لکھنا درست نہیں - ان تقریبوں اور شخصیتوں کے نئے پہلو تلاش کر کے ایسے مضامین لکھنے چاہیں جن میں کوئی نئی بات پیدا ہو -

۲ - **شخصیتی مضامین :** زندہ شخصیتوں کے بارے میں دلچسپ مضامین لکھے جا سکتے ہیں - اس سلسلے میں تفاصیل "انٹرویو کا فن" کے

باب میں شخصیتی انٹرویو کی ذیلی سرخی کے نیچے دیکھیے گا ۔

۳ - **تحقیقی اور تجرباتی مضامین :** تحقیق سے ہماری مراد علمی تحقیق سے نہیں بلکہ ایسی تحقیق سے ہے جس سے بعض قومی اداروں کی خوبیاں اور خرابیاں منظر عام پر لائی جائیں ۔ یہاں ''تحقیق'' کا لفظ اس لیے استعمال کیا گیا ہے کہ ایسے مضامین سنی سنائی باتوں اور افواہوں کی بنا پر نہ لکھے جائیں بلکہ ان کا پورا کھوج لگا کر مصدقہ معلومات حاصل کر کے اور ضروری اعداد شمار تلاش کرنے کے بعد مضمون لکھا جائے تا کہ اُسکی تردید نہ ہو سکےاور اصلاح احوال کے لیے رائے عامہ کو متوجہ کیا جا سکے۔ تجرباتی مضامین کا سلسلہ حال ہی میں ایک جانے پہچانے اور مشاق فیچر نگار نے شروع کیا ہے ۔ وہ میو ہسپتال میں مصنوعی مریض بن گئے ۔ چوبیس گھنٹے قیام کیا اور جو تلخ تجربات ہوئے اُنھیں قلمبند کر دیا ۔ ایک بار ٹیکسی ڈرائیور بنے، سارا دن مسافروں کو لادتے لے جاتے رہے اور اُس کے بعد اس پیشے کی تمام مشکلات ایک فیچر میں بیان کر دیں ۔ کسی طریقے سے حوالات جا پہنچے۔ رات بسر کی اور اپنی ساری رام کہانی فیچر میں کہ سنائی جس سے حوالاتیوں کی ساری مشکلات منظر عام پر آ گئیں ۔ ظاہر ہے لوگوں نے ان فیچروں میں بہت دلچسپی لی ۔

۴ - **تاریخی مضامین :** تاریخ کے بے شمار ایسے پہلو ہیں جنھیں فیچر کا موضوع بنایا جا سکتا ہے ۔ بہادری اور شجاعت کے واقعات سے تاریخ اسلام اٹی پڑی ہے ۔ پھر ہماری تاریخ میں انسان دوستی ، عوام دوستی ، ہمدردی ، مظلوموں کی مدد اور غریبوں کی دستگیری کے ایسے بے شمار واقعات موجود ہیں جنھیں اگر خوش اسلوبی سے لکھا جائے تو وہ عوامی کردار اور اخلاق کو بلند کرنے میں مدد دے سکتے ہیں ۔ تاریخ میں ایسی شخصیتیں بھی ملتی ہیں جو اپنےعظیم کردار کی بنا پر اہمیت کی حامل ہیں لیکن درسی کتابوں میں اُن کا ذکر بہت کم ہوتا ہے ۔ ان کے بارے میں معلومات قارئین کے لیے بالکل نئی ہوں گی ۔ سچ پوچھئے تو تاریخی موضوعات کا کوئی انت نہیں ۔ شہروں اور بستیوں کی پرانی اور حالیہ تاریخ ، مساجد کی تاریخ ، آثار قدیمہ ، تاریخی کھنڈر، یہ سب فیچر نگار کی قوت متخیلہ کو دعوت دیتے ہیں ۔ لاہور ہی کی مثال

لیجیے۔ پرانی تاریخ جو ہے۔ سو ہے حالیہ تاریخ بھی دلچسپ ہے ۔ قارئین یہ جاننا چاہیں گے کہ جہاں آج شاہ عالم مارکیٹ ہے وہاں آج سے اُنیس سال پہلے کیا نقشہ تھا ۔ گلبرگ ، ماڈل ٹاؤن ، سمن آباد ، مسلم ٹاؤن ، وحدت کالونی ، شاد باغ ، گارڈن ٹاؤن ، کیسے وجود میں آئے ۔ مال روڈ کیونکر بنی ۔ جہاں اب بیڈن روڈ اور فلیمنگ روڈ پر کھوے سے کھوا چھلتا ہے وہاں اب سے چالیس برس پہلے کیسی ویرانی طاری تھی ۔ بسیں کب شروع ہوئیں۔ اور کیسے ؟ لاہور میں ریل کب آئی اور لوگوں کے تاثرات کیا تھے ؟ جب ایک سو برس پہلے تار برق پہلی مرتبہ جاری ہوئی تو لوگوں نے اس کے بارے میں کیا سوچا ۔ غرض بہت سے موضوع اُبھر سکتے ہیں ۔

۵ ۔ **سفرنامے :** ملک کے اندر بہت سے ایسے مقامات ہیں جن کی کشش اور اہمیت میں کوئی شبہ نہیں لیکن ان کے بارے میں لوگوں کا علم بہت کم ہے ۔ پھر پاکستان کے مختلف حصوں میں جو لوگ آباد ہیں اُن کی بود و باش اور رہن سہن پر بہت کم فیچر آتے ہیں ۔ اگر سفر نامے کے روپ میں یہ حالات دیے جائیں تو ان میں دلچسپی لی جائے گی ۔ اس طرح بیرونی ممالک کی سیاحت کی داستانیں اور غیر ممالک سے یہاں آنے والے سیاحوں کے تاثرات فیچر کا موضوع بن سکتے ہیں ۔ سفر نامے کے بارے میں یہ بات یاد رکھنے کے قابل ہے کہ اس میں عمارتوں اور آثار قدیمہ کے بیان سے کہیں زیادہ دلچسپ عوام کے آنکھوں دیکھے حالات ہوتے ہیں ۔

٦ ۔ **نفسیاتی مضامین :** آج کے صنعتی دور میں زندگی کی ہمہ ہمی تیز ہونے سے لوگوں کے مسائل بڑھ گئے ہیں ۔ افسر اور ماتحت کے تعلقات ، آجر و مزدور کے روابط ، استاد اور شاگرد کے رشتے، اعزہ و اقارب سے مراسم ، سب میں ایک تناؤ اور کھنچاؤ کی صورت پیدا ہے ۔ آمدنی اور خرچ میں تفاوت ، مالی پریشانیاں ، تمام طبقات میں خود نمائی کے رجحانات اور دولت کے لالچ نے بے شمار نفسیاتی مسائل پیدا کر رکھے ہیں اور معاشرے کے بعض نفسیاتی مسائل تو ہمیشہ سے موجود رہے ہیں ۔ ان سب کے پیش نظر آج لوگ نفسیاتی رہنمائی کے زیادہ محتاج ہیں ۔ یہ درست ہے کہ بعض لوگ نفسیاتی مضامین کو بے سود گردانتے ہیں لیکن یہ بھی ایک حقیقت ہے کہ افراد کی

غالب اکثریت کوشش کرتی ہے کہ نفسیاتی راہنمائی کو قبول کر کے اُس پر عمل کیا جائے - پس نفسیاتی مضامین کی اشاعت ضروری ہے لیکن شرط یہ ہے کہ لکھنے والے اپنے فن کے ماہر ہوں اور انداز بیان سادہ ہو -

۷ - **رپورتاژ :** رپورتاژ رپورٹنگ ہی کی ایک قسم ہے لیکن یہ ایک ادبی صنف بھی ہے - رپورتاژ کسی ایسے بڑے واقعے یا واقعات کے سلسلے کی روداد ہوتی ہے جس میں داخلی اور خارجی عناصر دونوں کارفرما ہوتے ہیں - لکھنے والا ایک طرف یہ بتاتا ہے اُس نے کیا دیکھا - دوسری طرف یہ بھی بتاتا ہے کہ مشاہدہ کے دوران اُس کے دل و دماغ پر کیا بیتی - تیسرے وہ اُن لوگوں کے تاثرات کا بھی اندازہ پیش کرتا ہے جو اُس واقعے یا واقعات کی سلسلے میں کردار کی حیثیت رکھتے ہیں - گویا واقعات کی ایک ایسی تصویر کھینچتا ہے جس میں تمام جزئیات کے باوجود اس کی اپنی شخصیت کا پر تو بھی نظر آتا ہے - میلے ، جلسے ، جلوس ، سفر نامے ، عظیم حادثات ، سیاسی اور معاشی تحریکوں کے پہلو ، محاذ جنگ کے واقعات ، یہ سب رپورتاژ کے موضوع بن سکتے ہیں - لیکن یہ ضروری ہے کہ لکھنے والا صحافی ہونے کے علاوہ ادیب بھی ہو -

۸ - **سائنسی فیچر :** ایسے مضامین میں سائنسی معلومات عام فہم انداز میں پیش کی جاتی ہیں - تکنیکی پہلوؤں کو مثالوں کے ذریعے اس طرح کھول کر بیان کیا جاتا ہے کہ سب لوگ سمجھ سکیں - بعض ملکوں میں یہ دستور ہے کہ اصل مضمون کوئی سائنس دان لکھتا ہے پھر کوئی ایسا صحافی اُس کے مطالب کو عام فہم صورت میں پیش کرتا ہے جسے سائنس کا علم ہو - باہمی تبادلۂ خیالات سے فیچر میں کچھ تبدیلیاں بھی کر دی جاتی ہیں اور اخبار میں سائنس دان اور صحافی دونوں کے نام آتے ہیں - برطانیہ اور امریکہ میں بعض صحافیوں نے سائنسی مضامین کی تحریر میں تخصص پیدا کر رکھا ہے اور وہ تجربہ گاہوں کا علم عوام تک پہنچانے میں بڑا نام پیدا کر چکے ہیں -

عمومی مضامین : اس کا دائرہ بے حد وسیع ہے - وہ تمام موضوعات جو مندرجہ بالا شقوں میں نہیں آتے اس میں شامل ہیں - اوہام ، رسوم ،

لوک گیت ، داستانیں ، عوامی رومان ، پر اسرار واقعات ، جرائم ، معاشرہ کے مختلف طبقات کا رہن سہن ، آداب ، اطوار ، ان سب موضوعات پر اکثر فیچر لکھے جاتے ہیں اور دلچسپی کا یہ عالم ہوتا ہے کہ بے شمار لوگ انہیں شوق سے پڑھتے ہیں -

فیچر مضامین کی ان نو اقسام کا مطالعہ کرنے کے بعد ہم اس نتیجے پر پہنچتے ہیں کہ موضوع کی تلاش نہ صرف کوئی مسئلہ نہیں بلکہ موضوعات اتنے ہیں کہ ان سے کسی ملک کی صحافت پورے طور پر عہدہ برآ نہیں ہو سکتی -

معلومات کا ماخذ

نوآموز صحافی کا اگلا بڑا سوال یہ ہوتا ہے کہ معلومات کہاں سے حاصل کی جائیں - اس کے جواب میں میں کہوں گا کہ معلومات کے ذرائع تعداد میں صرف تین ہیں :

اول : مشاہدہ

دوم : مطالعہ

سوم : انٹرویو

کسی مضمون کے لکھنے میں صرف مشاہدہ کام آتا ہے - کسی میں صرف مطالعہ اور کسی میں صرف انٹرویو - بعض مضامین کے لیے ان میں سے دو عناصر سے کام لیا جاتا ہے ، بعض میں تینوں ذرائع سے معلومات حاصل کی جاتی ہیں لیکن جب تک مثال سے واضح نہ کیا جائے آپ ان ذرائع سے اکتساب کا طریقہ نہیں سمجھ سکیں گے - اس لیے میں اُن موضوعات کو مثال کے طور پر پیش کروں گا جو اس باب کے ابتدائی حصے میں تجویز کیے تھے اور بتاؤں گا کہ اُن کے بارے میں معلومات کیسے حاصل ہو سکتی ہیں :

۱ - موضوع : ملاوٹ کے جرم کی سزا میں اضافے کا قانون -

مشاہدہ : خوراک میں ملاوٹ کی جو مثالیں آپ نے خود دیکھیں -

مطالعہ : تازہ قانون اور گزشتہ قانون کا مطالعہ تا کہ فرق واضح ہو سکے -

انٹرویو : الف : کسی وکیل سے ملاقات ، جو آپ کو دونوں قوانین کی ایسی باریکیاں سمجھا سکے جو آپ نہ سمجھ سکے ہوں ۔

ب : احباب سے تذکرہ کر کے آپ ملاوٹ کی مزید مثالیں معلوم کر سکتے ہیں ۔

ج : اُس محکمے کے افسر سے انٹرویو ، جہاں ملاوٹ معلوم کرنے کے لیے اشیا کا کیمیائی تجزیہ کیا جاتا ہے ۔

د : اُس افسر سے ملاقات ، جس کے پاس ایسے کیس آتے ہیں ۔

---

۲ - موضوع : جیمنی ہفتم :

مطالعہ : خلائی پرواز کے بارے میں لکھے ہوئے مضامین ۔ حوالے کے رسائل میں گذشتہ پروازوں کا ریکارڈ ۔ [حوالے کے رسائل کے بارے میں ضروری معلومات ''اداریہ نگاری'' کے باب میں ملاحظہ فرمائیے]

انٹرویو : امریکی محکمۂ اطلاعات کے کسی افسر سے ملاقات کر کے اُس سے پس منظری مواد لے لیجیے ۔

---

۳ - موضوع : اُڑن طشتریاں :

مطالعہ : اُڑن طشتریوں پر پہلے لکھے ہوئے مضامین ۔

انٹرویو : کسی سائنس دان سے ملاقات ۔

---

۴ - موضوع : پاکستان کونسل کی پہلی سالگرہ :

انٹرویو : پاکستان کونسل کے مقامی ڈائرکٹر سے ملاقات اور لٹریچر کا حصول ۔

مطالعہ : اس لٹریچر کا مطالعہ ۔

۵ - موضوع : پاکستان میں سگرٹ نوشی -

مشاہدہ : آپ نے بچوں کو سگرٹ پیتے دیکھا ہو گا - اُن لوگوں کو مسلسل سگرٹ نوشی میں مصروف پایا ہو گا جن کی مالی حالت اچھی نہیں - یہ دیکھا ہو گا کہ ایسے لوگوں کے بیوی بچے بری حالت میں ہوتے ہیں - یہ بھی مشاہدہ کیا ہو گا کہ بعض لوگ سگرٹ کے بغیر کوئی کام کرنے کے قابل نہیں ہوتے -

انٹرویو : کسی ماہر معاشیات سے انٹرویو ، تاکہ معلوم ہو سکے کہ پاکستان میں سگرٹ کی پیداوار اور کھپت کتنی ہوتی ہے - کسی ڈاکٹر سے انٹرویو ، تاکہ سگرٹ کے برے اثرات معلوم ہو سکیں - کسی ماہر عمرانیات سے انٹرویو ، تاکہ یہ معلوم ہو سکے کہ اس سے معاشرے میں کون کون سے مسائل پیدا ہوتے ہیں -

مطالعہ : سگرٹ نوشی کے خلاف لکھی ہوئی کتابوں کا مطالعہ -

---

٦ - موضوع : سگرٹ اور سرطان کا مرض :

مندرجہ بالا امور کے علاوہ ایسی کتابوں کا مطالعہ جن میں سگرٹ نوشی اور سرطان کا تعلق بتایا گیا ہے -

---

۷ - سٹینڈرڈ اُردو انگلش ڈکشنری :

انٹرویو : چند بڑے مصنفوں ، مترجموں اور اخبار نویسوں سے انٹرویو کر کے اُن کے تاثرات معلوم کیجیے -

مطالعہ : اگر آپ کو دونوں زبانوں پر خاصا عبور ہو تو

خود بھی ڈکشنری میں چند الفاظ دیکھ کر معانی
کی پڑتال کیجیے -

---

۸ - گل داؤدی :

مطالعہ : کسی انسائیکلوپیڈیا میں تفصیلات دیکھیے وہاں سے اقسام بھی مل جائیں گی - یہ بھی معلوم ہو جائے گا کہ یہ پھول ابتدا میں کہاں پیدا ہوتا تھا اور پھر باقی دنیا میں کسے متعارف ہؤا -

مشاہدہ : کسی باغ میں جا کر مختلف رنگ کے پھولوں کا جائزہ لیجیے -

انٹرویو : ہارٹی کلچرل سوسائٹی کے صدر اور سیکرٹری سے انٹرویو ، نیز گل داؤدی کی سالانہ نمائش میں انعام پانے والوں سے ملاقات - ان سے پوچھیے کہ گل داؤدی کس قسم کی نگہداشت چاہتا ہے -

---

۹ - گلاب کے پھول :

مندرجہ بالا طریقہ ہی مفید رہے گا -

---

۱۰ - قلمی پھل :

علاوہ مندرجہ بالا طریقے کے ، اچھے مالیوں سے انٹرویو مفید رہے گا -

اب ہم یہ بتائیں گے کہ مضامین کی جو اقسام بیان کی گئی ہیں اُن کے لیے مواد کیسے اکٹھا کیا جائے -

۱ - یادگاری مضامین : کتابوں کا مطالعہ - حالیہ فوت شدہ شخصیتوں کے بارے میں اُن کے ہم عصروں سے انٹرویو کر کے تاثرات معلوم کیے جا سکتے ہیں - قومی تہواروں پر لکھنے کے لیے

حکومت کے محکمۂ اطلاعات سے مواد حاصل ہو سکتا ہے -

۲ - شخصیتی مضامین : حوالے کی کتب ، اور مفصل انٹرویو -

۳ - تحقیقی اور تجرباتی مضامین : مطالعہ - زیادہ تر انٹرویو - مشاہدہ -

۴ - تاریخی مضامین : کتابوں کا مطالعہ - بستیوں اور آثار قدیمہ کا مشاہدہ - حالیہ تبدیلیوں پر مواد کے لیے بوڑھے اور معمر لوگوں سے انٹرویو - پرانے اخباری فائل -

۵ - سفر نامے : تجربہ اور مشاہدہ - کسی قدر مطالعہ -

۶ - نفسیاتی مضامین : مطالعہ - مشاہدہ - تجربہ، انٹرویو -

۷ - رپورتاژ : گہرا مشاہدہ - کسی قدر مطالعہ -

۸ - سائنسی فیچر : پاپولر سائنس پر کتاب کا مطالعہ - سائنس دانوں سے انٹرویو -

۹ - عمومی مضامین : مطالعہ - مشاہدہ اور انٹرویو -

اب میں آپ کو مثال کے طور پر یہ بتاتا ہوں کہ لاہور کے قبرستان میانی صاحب پر میں نے کوئی سولہ سترہ برس پہلے ''پاکستان ٹائمز'' میں جو فیچر لکھا اُس کے لیے مواد کیسے اکٹھا کیا - تاریخ معلوم کرنے کے لیے سید محمد لطیف کی تاریخ لاہور (بزبان انگریزی) اور سجان رائے اور کنہیا لال کی تواریخ لاہور سے استفادہ کیا - سید لطیف کی کتاب میں قبور اور مقابر میں سے ایسے لوگوں کا تذکرہ پڑھا جو آج سے چند سو سال پہلے میانی صاحب میں دفن ہوئے - بزرگوں سے انٹرویو کیا کہ حالیہ تاریخ میں کون کون سی نمایاں شخصیتیں یہاں دفن کی گئیں - مجھے غازی علم الدین شہید کے بارے میں بہت کچھ یاد بھی تھا کیونکہ بچپن سے اخبارات کا مطالعہ جاری ہے - پھر میں قبرستان میں گیا - اہم شخصیتوں کی قبریں دیکھیں - وہاں سائیں لوگوں نے جو تکیے بنا رکھے ہیں وہاں پہنچا - ان لوگوں سے ملاقات کی ، جو بھنگ ''گھوٹ'' رہے تھے - گورکنوں سے ملاقاتیں کیں تاکہ اُن کے کاروبار کی باتیں اور مسائل معلوم ہو سکیں - گورکنوں کے سب سے بڑے رہنما

سے ملا ، جہاں سے معلوم ہؤا کہ گورکن دو گروہوں میں تقسیم ہیں اور ان کی بھی ایک سیاست ہے ۔ قبرستان کے باہر جو کلرک کارپوریشن کی طرف سے مُردوں کے اندراج کے لیے متعین ہوتا ہے اُس سے بھی بعض معلومات اخذ کیں ۔ باہر پھول بیچنے والوں سے معلوم کیا کہ بکری کتنی ہو جاتی ہے ۔ کتبے بنانے والوں سے بھی رجوع کیا ۔ اس پر کافی وقت صرف ہؤا لیکن یہ اطمینان تھا کہ اس سے ایک نہایت دلچسپ اور جامع فیچر لکھا جا سکتا ہے اور وہ لکھا گیا اور پسند کیا گیا ۔ یہی فیچر نگار کے لیے اطمینان کا باعث ہوتا ہے ۔

مواد کہاں سے ملے گا ؟

اب آپ یہ سوال پوچھیں گے کہ کتب ، حوالے کے لیے رسائل اور دوسرا مواد کہاں سے دستیاب ہو گا ۔ ظاہر ہے لائبریریاں ہی مدد دے سکتی ہیں ۔ لاہور اور کراچی میں تو بڑی بڑی پبلک لائبریریاں موجود ہیں ۔ دوسرے شہروں میں بلدیاتی اداروں نے کتب خانے قائم کر رکھے ہیں ۔ ان سے استفادے کے دو طریقے ہیں ۔ اگر تھوڑی سی رقم سالانہ ادا کر کے رکن بن جائیں تو یہ فائدہ ہو گا کہ آپ اکثر کتابیں گھر لا سکیں گے اور انھیں آرام سے پڑھ سکیں گے ۔ نادر کتب اور اخباری فائل یا حوالے کی دوسری کتب گھر لے جانے کی اجازت نہیں ہوتی ان کا مطالعہ لائبریری ہی کے اندر بیٹھ کر کیا جا سکتا ہے ۔ اگر رکن نہ بنیں تو کوئی مضائقہ نہیں ۔ اگر آپ کوئی کتاب لائبریری میں بیٹھ کر پڑھنا چاہیں تو اس کے لیے کوئی معاوضہ نہیں لیا جاتا اور وہاں بسا اوقات اتنا خاموش ماحول مل جاتا ہے جو عام طور پر گھروں میں میسر نہیں ہوتا ۔ آپ وہاں بیٹھ کر نوٹ بھی لے سکتے ہیں ۔

اچھے اخباروں کے دفتروں میں بھی لائبریری ہوتی ہے ۔ بلکہ مختلف موضوعات پر لکھے ہوئے فیچروں کے تراشے ترتیب کے ساتھ اور مختلف مجموعی عنوانوں کے تحت رکھے ہوتے ہیں ۔ آپ چاہیں تو اپنے گھر میں بھی تراشوں کی ایک مختصر لائبریری بنا سکتے ہیں ۔ جس موضوع سے آپ کو دلچسپی ہو اُس پر اخباروں اور رسالوں میں جو مضامین چھپیں اُن کے

تراشے لے کر انہیں سفید کاغذ پر چسپاں کر دیں - یہ تراشے فیچر نگاری میں بہت کام آئیں گے - ایک اور بات ضروری ہے آپ کے جو فیچر چھپیں ، اُن کے تراشے بھی پاس رکھیے کیونکہ چند سال بعد آپ انہیں مضامین کو نئے سانچے میں ڈھال کر اور مزید معلومات کا اضافہ کر کے نئے مضامین کے روپ میں بدل سکتے ہیں -

نو آموز صحافی کا ایک سوال یہ ہوتا ہے کہ اگر ہم کہیں سے مواد حاصل کر لیں تو یہ "نقل" تو نہیں سمجھا جائے گا - اس کا جواب یہ ہے کہ اگر آپ کوئی فقرہ لفظ بلفظ نقل کریں گے تو یقیناً یہ بری بات ہے - بلکہ اگر اس میں زیادتی ہو تو کاپی رائٹ کے قانون کے ماتحت آپ قابل مواخذہ بھی ہوں گے لیکن جہاں تک "معلومات" کا تعلق ہے اُن کا کوئی کاپی رائٹ نہیں ہوتا - مناسب بلکہ ضروری ہے کہ آپ معلومات کو اپنی زبان میں اور اپنے الفاظ میں پیش کریں - اگر کسی اور کی تحریر کا کوئی حصہ آپ کو اتنا پسند ہو کہ آپ اُسے اپنے مضمون کا جزو بنانا چاہتے ہیں تو حوالہ دے کر اُسے اقتباس کی صورت میں واوین کے ساتھ درج کریں - بہرحال یاد رکھیے کہ زیادہ اقتباس بھی اچھے معلوم نہیں ہوتے -

کیسے لکھوں ؟ کیسے شروع کروں ؟

نوآموز صحافی کو دو اور سوال پریشان کرتے ہیں کہ کیسے لکھوں ؟ کیسے شروع کروں ؟ میں کہوں گا آپ پریشان نہ ہوں ، ابھی لکھنے کا مرحلہ نہیں آیا - ابھی تو یہ منزل درپیش ہے کہ آپ جو مواد حاصل کر چکے ہیں ، اُسے ایک ترتیب دینا ہے - تاکہ آپ کے ذہن میں یہ واضح ہو کہ آپ کہنا کیا چاہتے ہیں - اس لیے مجوزہ فیچر کا ڈھانچہ بنائیے کہ پہلے کون سی بات لکھی جائے - پھر کون سی بات کا ذکر آئے وغیرہ وغیرہ - یہ بھی اندازہ کیجیے کہ فلاں بات پر ایک پیرا لکھا جائے یا دو پیرے یا اس سے زیادہ - [ایک پیرا اخبار کی آٹھ دس سطروں سے زیادہ نہیں ہونا چاہیے] - جب ڈھانچہ تیار ہو جائے تو اُسے دوبارہ دیکھیے کہ ترتیب بدلنے کی مزید کوئی گنجائش تو نہیں - اگر ہو تو بدل ڈالیے - اُس کے بعد آپ کا وہ سوال آتا ہے - کیسے شروع کروں ؟ واقعی یہ کٹھن سوال ہے کیونکہ

ابتدایہ اچھا ہو گا تو لوگ باقی مضمون بھی پڑھ لیں گے اور اگر یہ غیر دلچسپ ہو تو لوگ یہ کہ کر چھوڑ دیں گے کہ فضول بات ہے۔ حالانکہ یہ عین ممکن ہے کہ مضمون میں آپ نے بڑی بڑی دلچسپ باتیں لکھی ہوں۔ ابتدائیہ کے لیے پرکشش اور دلچسپ ہونا ضروری ہے۔ اس لیے سوچیے آپ کے مضمون کا کون سا پہلو ایسا ہے جس سے ہر شخص کو دلچسپی ہو گی یا کون سا پہلو اتنا حیران کن، درد ناک، یا مسرت کا پیامبر ہے کہ جونہی پڑھنے والا اُسے دیکھے مضمون پڑھنے لگے۔ اب یہ ایسی بات نہیں جو کتاب کے ذریعے سے سکھائی جائے۔ لیکن مشق کے ساتھ ساتھ آپ میں ایک ایسی وجدانی قوت پیدا ہو جائے گی جو عین وقت پر کوئی نکتہ سمجھا دے گی۔ ابتدائیہ ایک بار لکھیے، دو بار لکھیے، پھر اس میں کوئی تبدیلی کر کے تیسری بار لکھیے۔ جب آپ مطمئن ہو جائیں کہ اس سے بہتر ابتدائیہ لکھنا میرے بس کا روگ نہیں تو سمجھ لیجیے کہ اب باقی مضمون لکھنے کا وقت آ گیا ہے۔ اب ڈھانچے کو سامنے رکھیے اور تمام مطالب اور معلومات پر ترتیب وار چھوٹے چھوٹے پیرے لکھتے چلے جائیے۔ جہاں مناسب ہو ذیلی سرخی بھی دے دیں۔ جب ڈھانچے کے مطابق مضمون مکمل ہو جائے تو یہ نہ سمجھیے کہ یہ مکمل ہے کیونکہ آخر میں ایک چھوٹا سا پیرا ایسا ہونا چاہیے جس میں آپ بحث کا ما حصل دے دیں یا نتائج بیان کریں یا کوئی ایسی بات لکھیں جس سے پڑھنے والا کچھ سوچنے پر مجبور ہو جائے۔ اس پیرے کی تحریر میں بھی اُس اہتمام اور تکلف سے کام لیجیے جو آپ نے ابتدائیہ کی تحریر میں برتا تھا۔

اب عنوان یا سرخی بنانے کا وقت آتا ہے۔ اس کے لیے اتنا پرکشش اور دلچسپ ہونا ضروری ہے کہ لوگ اسے دیکھ کر ابتدائیہ پڑھنے کو تیار ہو جائیں اور ابتدائیہ اتنا دلچسپ ہو کہ لوگ باقی مضمون پڑھنے پر آمادہ ہو جائیں۔ ابتدائیہ مختصر بھی ہونا چاہیے کیونکہ آج کا زمانہ لمبی چوڑی تمہیدوں کا زمانہ نہیں۔ نہ لوگوں کو اتنی فرصت ہے کہ لمبے لمبے پیرے اور لمبے لمبے مضمون پڑھیں۔ پیرے چھوٹے ہوں اور مضمون ہزار ڈیڑھ ہزار الفاظ سے زیادہ نہیں ہونا چاہیے۔ الفاظ گننے کا طریقہ یہ ہے کہ آپ

جس صفحے کو مکمل کریں اُس کی ایک سطر کے لفظ گن لیں اور اُسے سطروں کی تعداد سے ضرب دیں - جو حاصل آئے گا وہ الفاظ کی تعداد ہو گی - اگر اسے صفحات کی تعداد سے ضرب دے دیں تو آپ کو معلوم ہو گا کہ مضمون زیادہ لمبا تو نہیں - اگر لمبا ہے تو غیر ضروری تفاصیل حذف کر دیجیے اور بعض پیروں کی تلخیص کیجیے - زبان کے بارے میں اتنا یاد رکھیں کہ فقرے چھوٹے ہوں ، الفاظ آسان ہوں اور انداز بیان سلیس اور سادہ ہو - کسی کے سٹائل کی نقل کرنے کی کوشش نہ کیجیے گا ، نہ یہ کوشش کامیاب ہو گی اور نہ یہ ضروری ہے - آپ کا سٹائل خود بخود ایک منفرد روپ لے لے گا -

اب یہ دیکھنا ہے کہ کاتب یا ایڈیٹر کو مسودہ کس روپ میں دیا جائے - صاف ستھرے کاغذ لیجیے ، حاشیہ چھوڑ کر لکھیے ، صفحے کا بالائی چوتھائی حصہ خالی چھوڑیے - یہاں عنوان درج کیجیے اُس کے نیچے یا اوپر کے دائیں گوشے میں اپنا نام لکھیے اور اس کے بعد اس طرح مضمون کی عبارت نقل کیجیے کہ ہر سطر اور ہر لفظ آسانی سے پڑھا جا سکے - املا کے بارے میں میں موسسۂ مطبوعات فرینکلن کے شکریے کے ساتھ ان کی ''ہدایات برائے مترجمین'' میں سے چند نکات درج کرتا ہوں :

۱ - بلا ضرورت الفاظ ملا کر نہ لکھیے - مثلاً اسجگہ ، کیلیے ، اسکے بمنے وغیرہ -

۲ - مسودہ صاف لکھیے تاکہ کاتب صاحب زیادہ غلطیاں نہ کریں -

۳ - کاتب صاحب کی مدد کے لیے علامات وقف درست جگہ پر لگائیے- فل سٹاپ کے لیے چھوٹا ڈیش (-) ، کم وقفے کے لیے اُلٹا کاما (،) - علاوہ ازیں حسب ضرورت ندائیہ (!) اور سوالیہ (؟) بھی استعمال کیجیے - سوالیہ انگریزی کے برعکس ہونا چاہیے - یوں نہ ہو (?) بلکہ یوں ہو (؟) -

۴ - ہندی یا غیر فارسی و عربی الفاظ کے آخر میں علی العموم ہ کی جگہ الف استعمال کیجیے - جیسے ڈاکا ، دھبا ، پتا ، ٹکا ، دانہ دنکا ، پیسا -

۵ - ہ جب لفظ کے شروع میں ہو تو شوشہ لگایئے - جیسے ہم
ہمارا وغیرہ -

۶ - جس ہ کا ادغام اس کے حرف ما قبل سے ہو وہ دو چشمی
لکھی جائے - جیسے بھول ، تمھیں ، انھیں ، جنھیں ، کبھی ،
جبھی حرف ما قبل سے ادغام نہ ہو تو دوسری ہ لکھیے -
جیسے فربہی ، بہی خواہ ، نہیں -

اگر آپ اخبار کے عملۂ ادارت سے وابستہ ہیں تو مناسب ہو گا کہ کسی موضوع پر فیچر لکھنے سے پہلے اخبار کے ایڈیٹر یا مینیجنگ ایڈیٹر سے پوچھ لیں - یادگاری مضمون تاریخ اشاعت سے پندرہ بیس دن پہلے بھیجا جائے - اگر کسی دوسرے شہر کے اخبار میں مضمون بھیجنا ہو تو رجسٹری کرا کے بھجیے اور اندر ایک لفافہ بھی ڈالیے جس پر اپنا مکمل پتا درج ہو اور ساتھ مطلوبہ ٹکٹ لگے ہوں تاکہ عدم اشاعت کی صورت میں مضمون واپس مل جائے -

خلاصہ

فیچر اس مضمون کو کہتے ہیں جس کے اسلوب تحریر میں نیم ڈرامائی، داستانی اور قارئین سے براہ‌راست گفتگو کا انداز نمایاں ہو - موضوع کی تلاش کے لیے اخبار دیکھا جائے - گرما گرم مسائل ، بہ ظاہر غیر اہم لیکن وضاحت طلب خبریں اور آنے والے واقعات فیچر کا موضوع بن سکتے ہیں - اپنی ذات کے بارے میں سوچنے اور خود اپنا انٹرویو کرنے سے بھی کچھ موضوع اُبھر سکتے ہیں - فیچروں کی مندرجہ ذیل قسمیں بھی موضوع کی تلاش میں مدد دے سکتی ہیں :

یادگاری مضامین ، شخصیتی مضامین ، تحقیقی اور تجرباتی مضامین ، تاریخی مضامین ، سفرنامے ، نفسیاتی مضامین ، رپورتاژ ، سائنسی فیچر ، عمومی مضامین -

معلومات کے تین ماخذ ہوتے ہیں : مشاہدہ ، مطالعہ ، انٹرویو -

مشاہدے میں تجربہ بھی شامل ہے - مطالعہ سے مراد کتابیں ، حوالے

کے رسائل ، مضامین اور تراشوں کے فائل پڑھنے سے ہے - مواد پبلک لائبریریوں سے بھی مل سکتا ہے اور اخبار کی اپنی لائبریری سے بھی - اچھے فیچرنگار تراشوں کے فائل خود بھی رکھتے ہیں -

پہلے مضمون کا ڈھانچہ تیار کیا جاتا ہے ، پھر ابتدائیہ لکھا جاتا ہے ، اس کے بعد باقی مضمون - ابتدائیہ ، آخری پیرا اور سرخی کی تحریر ، کچھ لوازم ہیں -

سوالات

۱ - فیچر کسے کہتے ہیں ؟ مفصل بحث کیجیے -
۲ - اخبارات سے موضوع کیسے تلاش کیے جاتے ہیں ؟
۳ - اپنے آپ سے انٹرویو کرکے موضوع کیسے سوچے جاتے ہیں ؟
۴ - فیچر مضامین کی مختلف اقسام بتائیے - ہر قسم کی تفصیل بھی بیان کیجیے -
۵ - مواد حاصل کرنے کا طریقہ کیا ہے ؟
۶ - انٹرویو کیسے مدد دیتا ہے ؟
۷ - مضمون لکھنے میں کن امور کا خیال رکھا جاتا ہے ؟

کالم نویسی

ہر اخبار میں کچھ مستقل عنوان ہوتے ہیں - بعض کے تحت خبریں ، اعلانات یا معلومات پیش کی جاتی ہیں اور بعض کے تحت مزاحیہ ، نیم مزاحیہ دینی ، طبی ، سائنسی اور پس منظری مواد دیا جاتا ہے موخرالذکر مستقل عنوانات کو صحافتی اصطلاح میں کالم یا خصوصی کالم کہتے ہیں" اور لکھنےوالے کے لیے کالم نویس یا کالم نگار کی اصطلاح رائج ہے - کالم نویس چاہے تو اپنا اصل نام دے دے اور چاہے تو قلمی نام اختیار کر لے - کالم نویسی کی ایک اور اہم شاخ تبصرہ نگاری سے تعلق رکھتی ہے جس کا ذکر ہم ایک الگ باب میں کریں گے -

اب سے تقریباً نصف صدی قبل اردو صحافت میں کالم کی صنف قریب قریب نایاب تھی - پھر مزاحیہ کالم کا آغاز ہؤا اور چند سال کے اندر اندر یہ اردو صحافت کا جزو لاینفک بن گیا - پھر "دلچسپ معلومات و اقتباسات" کے ہفت روزہ مستقل عنوان سے سائنسی اور نیم سائنسی اور دلچسپ جغرافیائی معلومات پیش ہونے لگیں - اس کے بعد "گرد و پیش" اور "پس منظر" کے عنوانوں کے تحت بعض اخبار خبروں میں آنے والے مقامات اور شخصیتوں اور اصطلاحات کی تشریح بیان کرنے لگے - بعد ازاں "ڈائری" کا رواج ہؤا ، جس میں نیم مزاحیہ اور بعض اوقات سنجیدہ انداز میں سیاسی اور تہذیبی واقعات و رجحانات پر تبصرہ ہونے لگا - اسی "ڈائری" سے وہ تبصرہ نگاری ابھری جس میں شہر کی علمی ، ادبی ، ثقافتی اور تہذیبی مجالس کا حال منظر عام پر آنے لگا اور جب صحافت عوام کے زیادہ قریب آئی تو ایسے کالم بھی مستقل طور پر دیے جانے لگے جن میں دینی ، طبی اور قانونی معلومات پیش ہوتی ہیں - اس طرح صحافتی موضوعات کا دائرہ وسیع تر ہو گیا -

کالم نویسی کا ایک اور فایدہ یہ ہؤا کہ شخصی صحافت ایک نئے روپ میں سامنے آ گئی - اب سے تیس چالیس سال پہلے پوری صحافت شخصی صحافت تھی - اخبار اپنے ایڈیٹر اور مالک کے نام سے چلتا تھا - اس لیے اُس پر ایڈیٹر کی شخصیت کی گہری چھاپ ہوتی تھی - جب صحافت پھیلی اور اس کے مختلف پہلوؤں نے ترقی پائی اور اخبار کا نظام کار وسیع تر ہؤا تو ایڈیٹر کی شخصیت اخبار کی شخصیت میں گم ہونے لگی - اُدھر یہ عمل جاری تھا ، ادھر کالم نویسی کے روپ میں شخصی صحافت ایک نئے انداز میں نمودار ہوئی اور یہ انداز ایسا ہے جو کبھی معدوم نہیں ہو گا کیونکہ لوگ صرف خبریں ، اداریے اور فیچر نہیں چاہتے - وہ یہ بھی خواہش کرتے ہیں کہ اخبار میں کچھ لوگ اُن سے انفرادی طور پر اور براہ راست خطاب کریں -

کالم نویسی کی بعض اصناف ایسی ہیں جن میں تربیت پا کر ایک صحافی اپنے فرائض سے خوش اسلوبی کے ساتھ عہدہ برآ ہو سکتا ہے - مثلاً ڈائری ہی کو لیجیے جس میں سیاسی اور تہذیبی واقعات اور رجحانات پر تبصرہ کیا جاتا ہے - اگر اخبار نویس کا مشاہدہ تیز ہو اور اُس میں واقعات و رجحانات کی تحلیل و تاویل کا ملکہ موجود ہو اور زبان پر بھی عبور حاصل ہو تو وہ ڈائری لکھ سکتا ہے - اسی طرح شہر کی علمی ، ادبی ، تہذیبی اور ثقافتی مجالس کا حال مرتب کرنے کے لیے کسی لمبے چوڑے تکلف کی ضرورت نہیں ہوتی - اگر صحافت کی بنیادی قابلیتیں موجود ہوں تو یہ کام بھی خوش اسلوبی سے کیا جا سکتا ہے -

عالمی سیاست کا پس منظر : بعض اخباروں میں "پس منظر" کے عنوان سے ممالک ، مقامات ، شخصیات اور سیاسی اصطلاحات پر چھوٹے چھوٹے نوٹ دے دیے جاتے ہیں تاکہ قارئین کو خبروں کے سمجھنے میں آسانی ہو جائے - اس قسم کی معلومات کا حصول بے حد آسان ہوتا ہے - حوالے کی ایسی کتب موجود ہیں جن میں حروف ابجد کی ترتیب سے ہر قسم کی معلومات دی جاتی ہیں - بلکہ ایک چھوٹی سی کتاب (Penguin's Political Dictionary) ہی اکثر کافی رہتی ہے - اگر مزید ضرورت پڑے تو کسی انسائیکلوپیڈیا سے استفادہ کر لیا جائے - لیکن اس قسم کے

پس منظر میں ایک تشنگی رہ جاتی ہے اور بعض اوقات سارا مقصد فوت ہو جاتا ہے - فرض کیجیے کردوں کی بغاوت کی اطلاع موصول ہوتی ہے - ایسے میں کرد نسل کے لوگوں پر کچھ معلومات دینا کافی نہیں - بتانا یہ چاہیے کہ اس بغاوت سے پہلے حالیہ سالوں میں کون کون سی بغاوت ہوئی ، اُس کا کیا نتیجہ نکلا اور بغاوت کے قائد کون کون رہے - ایسی معلومات حوالے کی کتب سے نہیں ، بلکہ حوالے کے اُن رسائل سے مل سکتی ہیں جن کا ذکر ہم اداریہ نگاری کے باب میں کر چکے ہیں - اس میں محنت تو پڑتی ہے لیکن پس منظر واقعی پس منظر بن جاتا ہے اور قارئین کی معلومات بڑھ جاتی ہیں اور وہ خبروں کو بہتر طریقے پر سمجھ سکتے ہیں - اس قسم کا کالم لکھنے والے کے لیے ضروری ہے کہ وہ بین الاقوامی امور میں دلچسپی لے تا کہ بعض اوقات اگر حوالے کے رسائل تک دسترس نہ ہو تو وہ یاد داشت سے بھی لکھ سکے - عالمی سیاست پر مستقل کالم یا صفحہ دینے میں اس سے زیادہ اہتمام کرنا پڑتا ہے - یہاں کالم نویس ایک تو اخبار کے مطالعہ سے حالات سے با خبر رہتا ہے دوسرے کبھی کبھی غیر ملکی ریڈیو سٹیشنوں کے اخباری تبصرے سنتا ہے - بعض غیر ملکی اخباروں اور نیوز میگزینوں کا مطالعہ باقاعدگی سے کرتا ہے - عالمی سیاست پر جو تازہ کتب آتی ہیں انھیں پیش نظر رکھتا ہے - حوالے کی کتب اور رسائل سے فائدہ اٹھاتا ہے اور مختلف مسائل کی تہ تک پہنچتا ہے - اس طرح وہ اس پوزیشن میں ہوتا ہے کہ عالمی سیاست کا ایک ایسا تجزیہ کرے جس سے قارئین کا نقطۂ نگاہ وسیع ہو اور وہ بھی بین الاقوامی مسائل میں گہری دلچسپی لینے لگیں -

عالمی سیاست پر کالم کے دو تین روپ ہو سکتے ہیں - ایک تو یہ ، کہ ہفتے بھر کے حالات حاضرہ کا ایک خلاصہ تیار کر لیا جائے جیسے ریڈیو پاکستان سے نشر ہوتا ہے - اس کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ جو لوگ روزانہ اخبار پڑھنے کی فرصت نہیں رکھتے وہ ایک مضمون پڑھ کر ہفتے بھر کے حالات کے بارے میں موٹی موٹی باتوں سے آشنا ہو جائیں - دوسرا روپ یہ ہے کہ حالات حاضرہ کا محض خلاصہ ہی نہ دیا جائے اُن کی تاویل

ور تحلیل بھی کی جائے اور تیسرا روپ یہ ہے کہ حالات حاضرہ کا خلاصہ نہ کیا جائے ۔ اُن چند بڑے بڑے مسئلوں کو لیا جائے جن پر دنیا کی زیادہ توجہ مرتکز رہی اور ان مسئلوں پر ایسا تبصرہ کیا جائے کہ ہر مسئلہ واضح ہو جائے اور اس کا ماضی بھی سامنے آ جائے اور مستقبل کا بھی کچھ نہ کچھ اندازہ ہو جائے ۔

اب سوال یہ پیدا ہوتا ہے کہ تحریر کا اسلوب کیا ہو ؟ یہ یاد رکھنا ضروری ہے کہ اخبارات کے قارئین کی غالب اکثریت محض خواندہ یا نیم تعلیم یافتہ لوگوں پر مشتمل ہوتی ہے اور کالم نویس کو قارئین کی اقلیت کے لیے نہیں ، سب کے لیے لکھنا ہوتا ہے ۔ اس لیے ایک تو زبان سادہ ہو دوسرے اس میں کہیں کہیں ڈرامائی انداز اختیار کیا جائے اور مسائل کو کھول کر اور سادہ انداز میں بیان کیا جائے اور گھمبیر باتوں سے پرہیز کیا جائے ۔ ایسے اسلوب تحریر سے پڑھنے والوں کا دائرہ وسیع ہو جائے گا اور کالم کی افادیت بڑھ جائے گی ۔

کالم نویسی کی دوسری اصناف

بہر حال کالم نویسی کی بعض ایسی اصناف بھی ہیں جن میں یا تو تخصص درکار ہے یا طبعی میلان ، اور اگر یہ نہ ہو تو کالم نویسی نا ممکن ہے ۔ جہاں تک تخصص کا تعلق ہے ہم طبی کالم، دینی کالم اور قانونی کالم کا ذکر کریں گے ۔

طبی کالم : طبی کالم کا مقصد یہ نہیں کہ لوگ اپنے طبیب خود بن جائیں اور پیشہ ور اطبا اور ڈاکٹروں سے بے نیاز ہو جائیں اور سچ پوچھیے تو یہ ممکن ہی نہیں کیونکہ مریض اپنے مرض کے بارے میں بہت کچھ جاننے کے باوجود اس کی وجوہ نہیں جان سکتا ، گویا تشخیص نہیں کر سکتا اور تشخیص کے بغیر علاج ممکن نہیں ۔ طبی کالم کا مقصد صرف یہ ہے کہ لوگ بیماریوں کی روک تھام کے طریقوں سے واقف ہو جائیں ۔ ایسی غذائیں استعمال کریں جن سے بیماریوں کا امکان کم رہ جائے ۔ نیز انھیں معلوم ہو کہ کس مزاج کے افراد کے لیے کون سی چیز مفید ہے اور

کون سی مضر - اس قسم کے مشورے دینے کے لیے ضروری ہے کہ کالم نویس خود طبیب ہو - چنانچہ اخبار ایسے کالموں کے لیے کسی یونانی طبیب یا ڈاکٹر کی خدمات حاصل کرتے ہیں - بہر حال یہ کام ہر طبیب یا ڈاکٹر کے بس کا روگ نہیں - یہ کام صرف وہی ڈاکٹر اور طبیب کر سکتے ہیں جن میں اول تو تحریر کا ملکہ موجود ہو ، دوسرے سادہ اور سلیس انداز میں اپنا مافی الضمیر پیش کر سکیں ، تیسرے اُن میں یہ قابلیت موجود ہو کہ کس موسم میں کس قسم کے مشورے درکار ہیں اور چوتھے اُنھیں یہ بھی معلوم ہو کہ قارئین کی غالب اکثریت کی مالی حالت اچھی نہیں ہوتی - اس لیے اگر غذائیں تجویز کی جائیں تو ایسی ، جو غریب طبقہ استعمال کر سکے - اس لحاظ سے طبی کالم اس طبی یا ڈاکٹری پریکٹس سے بالکل مختلف چیز ہے جس میں مریض کی مالی حالت دیکھے بغیر قیمتی نسخے لکھ دیے جاتے ہیں -

دینی کالم : اس کالم کا مقصد یہ ہے کہ قارئین کو روحانی غذا مہیا کی جائے ، اُنھیں نیکی ، تقویٰ اور پاکیزہ زندگی کی طرف راغب کیا جائے ، انھیں بتایا جائے کہ اس مادی دور میں ، مشکلات ذہن میں جو کھنچاؤ اور کشمکش پیدا کرتی ہیں اُسے دور کرنے اور سکون حاصل کرنے کے لیے وہ اللہ اور اُس کے رسول کے احکام سے کس طرح فائدہ اُٹھا سکتے ہیں - ظاہر ہے ، ایسا کالم لکھنے والے کے لیے ضروری ہے کہ اُسے دین پر عبور حاصل ہو ، اُس نے قرآن حکیم اور احادیث اور دوسری دینی کتب کا گہرا مطالعہ کیا ہو اور اسے تاریخ اسلام سے بھی آگاہی ہو اور وہ یہ بھی جانتا ہو کہ روزمرہ زندگی میں پیش آنے والے واقعات پر کون کون سے دینی احکام منطبق کیے جاسکتے ہیں اور حضور سرور کائنات ، ان کے صحابہؓ کرام اور دوسری دینی شخصیتوں کی زندگی کے کون کون سے پہلو ایسے ہیں جن سے آج کے لوگ روشنی حاصل کر کے اپنی دنیا اور عقبیٰ سنوار سکتے ہیں - اور یہ بھی ظاہر ہے کہ ایسے کالم نویس کا انداز تحریر سادہ ، سلیس اور بے ساختہ ہونا چاہئے تاکہ وہ جو کچھ لکھے وہ قارئین کے دل و دماغ میں ترازو ہوتا چلا جائے -

قانونی کالم : قانون سے آگاہی ہر شہری کا فرض ہے لیکن مشاہدہ یہی ہے کہ لوگ عام طور پر قانون سے خاصے ناواقف ہوتے ہیں اور اسی ناواقفیت کی وجہ سے معمولی معمولی مشوروں کے لیے وکلا کے پاس جاتے ہیں اور روپیہ ضائع کرتے ہیں ۔ اس لیے بعض اخبار قانون کے بارے میں مفید مشورے دینے کے لیے ایک کالم شروع کر دیتے ہیں ۔ اسے کوئی عام شخص لکھ ہی نہیں سکتا ۔ اس لیے اس کے لیے ہمیشہ کسی ایسے وکیل کا انتخاب کیا جاتا ہے جو قانونی پچیدگیوں کو سلجھانے پر قادر ہو اور اس کے ساتھ ہی ساری بات سادہ اور غیر تکنیکی انداز میں لکھ سکے ۔ ایسے کالم نویس کبھی تو قارئین کے سوالات کا جواب لکھتے ہیں ، کبھی از خود بعض ایسی معلومات پیش کر دیتے ہیں جن کی عام لوگوں کو ضرورت ہوتی ہے ۔ اگر روز مرہ مسائل میں پیش آنے والی اُلجھنوں کا قانونی حل باقاعدگی سے دیا جائے تو اس سے یقیناً قارئین کی بہت مدد ہو گی ۔

مزاحیہ کالم

کالم نویسی کی سب سے مشکل صنف مزاح نگاری ہے کیونکہ اس کے لیے جو اوصاف درکار ہیں ان میں بنیادی اہمیت طبعی میلان کو حاصل ہے اور یہ کوئی ایسی چیز نہیں جو تربیت سے سکھائی جا سکے ۔

دوسرے اوصاف میں سب سے زیادہ اہم یہ ہے کہ کالم نویس کو زبان و بیان پر انتہائی عبور حاصل ہو ۔ کلاسیکی اور جدید ادب کا وسیع مطالعہ کر رکھا ہو اور اس میں یہ صلاحیت موجود ہو کہ سنجیدہ بات کا مضحک پہلو بھانپ سکے ، اس پر تبصرہ کرے ، مناسب اور دلچسپ تشبیہات اور تلمیحات سے اس پہلو کو اُجاگر کرے اور ہو سکے تو تقابل سے بھی مضحک پہلو کو نمایاں تر کرے ۔ لیکن مضحک پہلو بھانپ لینا مشکل ہے اور اس کے بعد اسے نمایاں کرنے میں بھی طبعی میلان ضروری ہے ۔ یہ نہ ہو تو تصنع پیدا ہو گا ، اور تصنع مزاح کا قاتل ہے ۔

ڈاکٹر وزیر آغا نے اپنی تالیف "اردو ادب میں طنز و مزاح" میں ادبی اور صحافتی مزاح کا فرق واضح کیا ہے ۔ اُن کی تحریر کے چند اقتباس اگلے صفحات پر پیش کیے جاتے ہیں :

"جس طرح ادب کی حیثیت مستقل ہے اور صحافت کی حیثیت محض ہنگامی بعینہٖ ادبی مزاح زندگی کے اُن مضحک پہلوؤں پر استوار ہوتا ہے جو عالمگیر انسانی حماقتوں سے جنم لیتے ہیں اور صحافتی مزاح محض ان ہنگامی ناہمواریوں سے تحریک لیتا ہے جو کسی خاص واقعے کی منت کش ہوتی ہیں اور جو وقت گزر جانے پر اپنی مضحک کیفیات تیزی سے کھونے لگتی ہیں - زیادہ واضح الفاظ میں کردار، واقعہ یا زبان و بیان کی وہ کیفیات جو انسانی فطرت کے لیے مضحکہ خیز ہیں یا جو انسانی معاشرے کے مروجہ اصولوں پر پورا نہ اتر سکنے کے باعث واضح ناہمواریوں میں تبدیل ہو جاتی ہیں ادبی مزاح کے زمرے میں شامل ہیں بشرطیکہ ان کی پیش کش کا انداز ادبی ہو - لیکن ایک محدود ماحول کے وہ ہنگامی واقعات، جن کے بعض پہلو ماحول یا پس منظر کے باعث ایک مضحکہ خیز انداز اختیار کر جاتے ہیں لیکن جن کی اپنی کوئی ایسی مستقل مزاحیہ حیثیت نہیں ہوتی کہ وہ زبان و مکان کی حدود سے باہر نکل سکیں، صحافتی مزاح کی پیدائش کا باعث بنتے ہیں" -

"ادبی اور صحافتی مزاح میں دوسرا اہم فرق مزاح کی پیش کش سے پیدا ہوتا ہے —— ایسا (ادبی) فن کار صرف اپنی خاطر لکھتا

ہے لیکن اس خلوص کے ساتھ لکھتا ہے
کہ اُس کے دل کی بات اور اس کے دیکھنے
کا انداز ناظرین تک بخوبی پہنچ جاتا ہے
اور وہ بھی اس کے ساتھ مل کر محفوظ ہونے
لگتے ہیں ۔ لیکن ادبی مزاح کے اس خالق
کے برعکس صحافتی مزاح کے خالق کا
مسئلہ دوسرا ہے ۔ ایک طناز صحافی کو
سب سے پہلے اس بات کو مدنظر رکھنا پڑتا
ہے کہ وہ جو بات کہے، اس انداز سے کہے کہ
ناظرین کا ایک بڑا طبقہ اُسے سمجھ سکے اور
نہ صرف سمجھ سکے بلکہ اس پر قہقہے بھی
لگا سکے ۔ چنانچہ اُس کے عمل میں شعوری
کاوش کی فراوانی ہوتی ہے اور وہ دوران
تخلیق ناظرین کے وجود کو کبھی فراموش
نہیں کرتا'' ۔

بہرحال ڈاکٹر وزیر آغا کے نزدیک یہ حد فاصل بدلتی بھی رہتی ہے ۔ مثلاً

''بعض اوقات صحافتی مزاح کا موضوع کچھ
اس قسم کا ہوتا ہے اور اس کے انداز پیش کش
میں کچھ اس طرح کی نکھری ہوئی کیفیت
موجود ہوتی ہے کہ لا محالہ اس کی حدود
ادبی مزاح سے جا ٹکراتی ہیں اور بعض اوقات
یہ اپنے مخصوص پیرایۂ اظہار اور طریق استدلال
کو خیر باد کہہ کر ایسی پستیوں میں اُتر
جاتا ہے کہ اس کے ڈانڈے ابتذال اور
پھکڑپن سے جا ملتے ہیں'' ۔

اب صحافتی مزاح کے بارے میں ڈاکٹر وزیر آغا کی رائے ملاحظہ ہو۔

''اس مقام پر یہ سوال پیدا ہوتا ہے کہ صحافتی مزاح کا مزاج کیا ہے اور اس کی وہ کون سی مخصوص کیفیت ہے جو اُسے مزاح کی دوسری کیفیات سے ممیز کرتی ہے؟ اس ضمن میں یہ بات قابل غور ہے کہ ہر اخبار کا ایک خاص نظریہ ہوتا ہے اور اس اخبار کی تمام تر پالیسی اس نظریے کے فروغ و اشاعت ہی سے متعلق ہوتی ہے۔ چنانچہ خبروں کا انتخاب اور ان کی پیشکش، اداریہ کا انداز اور اخبار کے دوسرے مضامین بالعموم اس نظریے کی تبلیغ و اشاعت کے لیے وقف ہوتے ہیں۔ یہی حال اخبار کے فکاہی کالم کا ہے کہ جو بات سنجیدہ نگارش کی صورت میں رد عمل کو تحریک دیتی ہے۔ اگر ظریفانہ لہجے میں کہی جائے تو نہ صرف رد عمل کو تحریک نہیں دیتی بلکہ بالعموم تصویر کا ایک مخصوص رخ دکھا کر اخبار کے نظریے کی اشاعت کا موجب بھی ثابت ہوتی ہے۔ اسی لیے جدید صحافت میں مزاح کو اس قدر اہمیت ملی ہے کہ یہ نہ صرف سنجیدہ مسائل سے ناظر کو ایک لحظے کے لیے ہٹا کر ذہنی اور دماغی فرحت و انبساط کے مواقع مہیا کرتا ہے۔ بلکہ ہنسی ہنسی میں اخبار کے اصل نظریے کی تبلیغ کا کام بھی دیتا ہے۔ وہ اس طرح، کہ ہر اخبار کی

چونکہ ایک مخصوص پالیسی ، ایک اپنا
نظریہ ہوتا ہے لہٰذا اس کا فکاہی کالم بھی
اس واقعے کو ایک مخصوص عینک سے
دیکھتا اور دکھاتا ہے ۔ یہ بات صحافتی
مزاح کی حدود کو اور تنگ کر دیتی ہے ۔
پس عین ممکن ہے کہ ایک ہی قومی یا
بین الاقوامی واقعے کو دو مختلف اخباروں کے
فکاہی کالم موضوع سخن بنائیں اور نہ صرف
استخراج نتائج کے سلسلے میں ایک دوسرے
کی نفی کریں بلکہ واقعے کے مضحک پہلوؤں
کے بارے میں بھی مختلف الخیال ہوں'' ۔

خلاصہ

جن مستقل عنوانات کے تحت مزاحیہ ، نیم مزاحیہ ، دینی ، طبی ، قانونی اور پس منظری مواد دیا جاتا ہے اُنھیں **کالم** کہتے ہیں اور لکھنے والے کو **کالم نویس** ۔ کالم نویسی نصف صدی قبل مزاحیہ کالم سے شروع ہوئی اور آج عروج پر ہے ۔ اس سے شخصی صحافت ایک نئے روپ میں سامنے آ جاتی ہے ۔ عالمی سیاست پر کالم کے چار روپ ہو سکتے ہیں ۔ پس منظری پیرا گرافوں کا مجموعہ ، حالات حاضرہ کا خلاصہ ، حالات حاضرہ پر تبصرہ اور چند نمایاں مسائل کا مفصل بیان ۔ طبی ، دینی اور قانونی کالم نویسی میں تخصص درکار ہے ۔ مزاحیہ کالم نویسی سکھانا مشکل ہے کیونکہ بنیادی چیز کالم نویس کا میلان طبع ہے ۔ زبان میں مہارت ، ادب کا گہرا مطالعہ ، واقعات کے مضحک پہلوؤں کو بھانپنے کی صلاحیت اور موازنہ ، تقابل اور طنز سے مزاح پیدا کرنے کی قابلیت ثانوی اوصاف ہیں ۔ ادبی مزاح اور صحافتی مزاح میں یہ فرق ہے کہ ادبی مزاح کی نوعیت مستقل ہوتی ہے ۔ اور صحافتی مزاح ہنگامی واقعات کے مضحک پہلوؤں سے پیدا ہوتا ہے ۔ ادبی مزاح غیر شعوری کاوش کا نتیجہ ہوتا ہے اور صحافتی مزاح شعوری کاوش

کا نتیجہ ہوتا ہے اس میں قارئین کی ذہنی استعداد بھی پیش نظر رکھی جاتی ہے۔ ادبی مزاح میں کوئی پالیسی کار فرما نہیں ہوتی لیکن صحافتی مزاح کا ایک مقصد یہ بھی ہوتا ہے کہ اخبار کی پالیسی کو اس محاذ پر بھی آگے بڑھایا جائے۔

سوالات

۱ - اردو صحافت میں کالم نویسی نے کیسے نشو و نما پائی ؟
۲ - کالم نویسی کی اہمیت پر روشنی ڈالیے ؟
۳ - عالمی سیاست پر کالم نویسی کے تقاضے کیا کیا ہیں ؟
۴ - کس قسم کی کالم نویسی میں تخصص درکار ہے اور کیوں ؟
۵ - مزاح نویسی کے لیے کون کون سے اوصاف ضروری ہیں ؟
۶ - ادبی مزاح اور صحافتی مزاح میں فرق بیان کیجیے -

تبصرہ نگاری

ترقی یافتہ ممالک میں جو اخبار اونچے پائے کے ہیں اور جن کے پڑھنے والوں میں اہل علم کی ایک بڑی تعداد شامل ہوتی ہے اُن میں تبصرہ نگاری کا معیار بھی بلند ہوتا ہے۔ تھیٹر، موسیقی، رقص، مصوری سنگ تراشی، علم و ادب، فلم، ریڈیو اور ٹیلی ویژن کی دنیا میں جو کچھ ہوتا ہے اخبار اس کا احاطہ کرتے ہیں کیونکہ اس دنیا کی تمام کیفیات اور حالات بھی "خبر" کا درجہ رکھتے ہیں۔ ان اخباروں میں جو تبصرے چھپتے ہیں انھیں بڑی وقعت اور اہمیت حاصل ہوتی ہے۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ تبصرہ نگاروں کو اپنے دائرۂ علم میں تخصص کا درجہ حاصل ہوتا ہے۔ فن کار ہوں یا تماشائی یا قارئین، سبھی ان کی رائے کے منتظر رہتے ہیں۔ کتابوں کے تبصرے میں اور بھی احتیاط سے کام لیا جاتا ہے۔ کسی اخبار میں بھی یہ کام کسی ایک شخص کے سپرد نہیں ہوتا کیونکہ نئی مطبوعات کے موضوعات کا کوئی انت نہیں اور کوئی ایک شخص عالم و فاضل ہونے کے باوجود تمام موضوعات پر حاوی نہیں ہو سکتا۔ اس لیے تبصرے کے لیے کتابیں ہمیشہ ایسے اہل علم کے پاس بھیجی جاتی ہیں جنھیں متعلقہ علوم پر عبور ہوتا ہے۔ لندن کا اخبار "دی ٹائمز" اور "نیویارک ٹائمز" اور کچھ اور وقیع اور بلند پایہ اخبار ایسے تمام تبصروں کو الگ سپلی منٹ کی صورت میں پیش کرتے ہیں اور کوشش کرتے ہیں کہ علمی، ادبی، تہذیبی اور ثقافتی دنیا کے تمام اہم واقعات اور تخلیقات کا احاطہ کر لیا جائے۔

چونکہ عوام الناس کو ان تمام امور سے گہری دلچسپی نہیں ہوتی اس لیے کثیرالاشاعت اور عوام پسند اخبارات میں اتنے تکلف سے کام نہیں لیا جاتا۔ ان میں بہت سی ایسی چیزیں ہوتی ہیں جو خواص کے لیے تو "خبر" کا درجہ رکھتی ہیں لیکن عوام کے لیے دلچسپی کا باعث نہیں

ہوتیں ، اس لیے انہیں بالعموم نظرانداز کر دیا جاتا ہے اور اس دنیا کے صرف ان واقعات اور تخلیقات پر تبصرہ کیا جاتا ہے جن کے بارے میں قارئین کچھ جاننے کے مشتاق ہوتے ہیں - بہر حال ترقی یافتہ ممالک کی صحافت میں اس بات کا خاص خیال رکھا جاتا ہے کہ عوام تک جو آرا یا معلومات پہنچیں وہ مستند ہوں -

پاکستان اور بہت سے دوسرے نیم ترقی یافتہ ممالک میں صحافت اس پوزیشن میں نہیں کہ وہ ان تمام موضوعات پر تبصرہ لکھوانے کے لیے متخصصین کی خدمات حاصل کرے اس لیے یہ کام کالم نویسوں اور عملۂ ادارت کے بعض دوسرے ارکان سے لیا جاتا ہے - ہمارے ہاں انگریزی اخبارات کتابوں پر مختلف افراد سے تبصرہ لکھواتے ہیں - اُردو اخبارات میں یہ بھی نہیں ہوتا اور ایک ہی شخص سے مختلف قسم کی نئی مطبوعات پر تبصرے لکھوا لیے جاتے ہیں - یہ تبصرے "مستند" تو نہیں ہوتے لیکن ان کی اہمیت سے انکار ممکن نہیں کیونکہ ان سے یہ فائدہ تو ہوتا ہے کہ قارئین ادب کی رفتار سے ایک خاص حد تک مطلع ہوتے رہتے ہیں -

سچ پوچھیے تو صحافتی تبصرہ نگاری علمی تنقید سے ایک مختلف چیز ہے - علمی تنقید میں کسی نئی تخلیق کا جائزہ مفصل ہوتا ہے اور لکھنے والا اس موضوع میں خاص دسترس رکھتا ہے - اس کے مقابلے پر صحافتی تبصرہ نگاری حقیقت میں ایک قسم کی رپورٹنگ یا نامہ نگاری ہے - کیونکہ اس میں ایسی خبری معلومات دی جاتی ہیں جو قارئین پڑھنا چاہتے ہیں - البتہ ایک لحاظ سے یہ رپورٹنگ سے مختلف ہے - رپورٹنگ میں اصولاً صرف حقائق کا بیان ہوتا ہے ، اظہار رائے نہیں ہوتا لیکن تبصرہ نگاری میں نہ صرف حقائق بیان ہوتے ہیں - بلکہ ان پر اظہار خیال بھی کیا جاتا ہے اور " اظہار خیال " کو بھی خبر کا درجہ حاصل ہوتا ہے کیونکہ قارئین معلوم کرنا چاہتے ہیں کہ فلاں فلم یا کتاب کیسی ہے اس کا بنیادی خیال کیا ہے اور کیا اسے دیکھنا یا پڑھنا ضروری ہے ؟ اگر یہ اصول تسلیم کر لیا جائے کہ صحافتی تبصرہ ایک قسم کی رپورٹنگ ہے تو پھر اس سے کسی بہت اونچے معیار کی توقع کرنا درست نہیں ہوگا اور ایسا ممکن بھی نہیں -

بہر حال ایک بات واضح ہے کہ جو شخص کسی دائرے میں تبصرہ نگاری کا فرض سر انجام دے اسے موضوع میں تخصص حاصل ہو یا نہ ہو، اتنا تو ضرور ہو کہ وہ مبادیات سے آگاہ ہو۔ مثلاً تھیٹر پر لکھنا ہو تو لکھنے والے کو یہ علم ہو کہ سٹیج کی مشکلات اور مجبوریاں کون کون سی ہوتی ہیں۔ ہمارے ملک میں اس راہ میں کون کون سے کانٹے بچھے ہیں کس قسم کا ڈرامہ سٹیج پر پیش کیا جا سکتا ہے۔ ڈرامے کے عناصر کون کون سے ہوتے ہیں، کردار نگاری اور اداکاری کے تقاضے کیا ہیں؟ اگر اسے ان امور سے آگاہی نہیں ہو گی تو وہ تبصرے سے انصاف نہیں کر سکے گا۔

تبصرہ نگاری کے موضوع یہ ہیں:

۱ - کتابوں پر تبصرہ۔
۲ - نئی فلمیں۔
۳ - ریڈیو۔
۴ - ٹیلی ویژن۔
۵ - رقص و موسیقی کی محفلیں۔
۶ - علمی و ادبی مجلسیں۔
۷ - مشاعرے۔
۸ - مصوری کی نمائش۔
۹ - تھیٹر۔

اب ہم ان کے بارے میں الگ الگ مختصراً بتائیں گے کہ تبصرے کا روپ رنگ کیا ہونا چاہیے۔

کتابوں پر تبصرے: اخبار کے دفتر میں کئی قسم کی کتابیں، کتابچے، اور رسالے تبصرے کے لیے آتے ہیں۔ ضروری نہیں کہ ان سب پر تبصرہ کیا جائے۔ ان کی تھوڑی سی دیکھ بھال اور جستہ جستہ پڑھنے سے معلوم ہو جائے گا کہ کون سی کتابیں مفصل تبصرے کی محتاج ہیں۔ کن مطبوعات پر مختصر تبصرہ کافی ہو گا اور کون سی مطبوعات ایسی ہیں جن پر تبصرہ ضروری نہیں۔ موخرالذکر مطبوعات کے بارے میں صرف یہی

کافی ہے کہ "موصول شدہ مطبوعات" یا "متفرق مطبوعات" کے عنوان سے ان کی ایک فہرست دے دی جائے جس میں ہر کتاب یا رسالے کا نام، لکھنے والے کا نام، ملنے کا پتہ، صفحات کی تعداد اور قیمت درج کر دی جائے۔ اگر مجلد ہو تو لفظ مجلد کا اضافہ کر دیا جائے۔ مثلاً

"ہفت رنگ" : مصنفہ نذرالاسلام : سٹار پبلشرز، ریلوے روڈ لاہور۔ ایک سو صفحات : دو روپے (مجلد)۔

اور اگر رسالہ ہو تو اس طرح ذکر کیا جائے:

"فانوس" : ماہنامہ : مدیر، قمرالاسلام۔ ملنے کا پتہ ۱۱۷ کرشن نگر لاہور : اڑتالیس صفحات : ۷۵ پیسے فی پرچہ۔

یہ فہرست ہمیشہ دوسرے تبصروں کے آخر میں درج کی جائے۔

جن کتابوں پر مفصل یا مختصر تبصرہ مقصود ہے اُن کے بارے میں اولین تقاضا یہ ہے کہ پوری کتاب پڑھی جائے۔ کتاب پڑھنے کے بعد دیباچہ ایک بار پھر پڑھ لیا جائے، تاکہ اس امر کی یاد دہانی ہو جائے کہ مصنف یا مؤلف یا مرتب نے کس نقطۂ نگاہ سے یہ کتاب تصنیف کی یا تالیف کی یا اسے ترتیب دیا اور اُس نے کون سی مشکلات کا ذکر کیا۔ مفصل تبصرہ مقصود ہو تو بہتر یہ ہے کہ دوران مطالعہ کتاب کے بعض اہم اور کلیدی یا دلچسپ اقتباسات پر نشان لگا لیے جائیں۔ اس مطالعہ کے دوران میں اگر تبصرے کے لیے کوئی نُکتے سوجھیں تو وہ ایک کاغذ پر نوٹ کر لیے جائیں۔ اب تحریر کا مرحلہ آتا ہے۔ سب سے پہلے کتاب کا نام تبصرے کی سرخی کے طور پر دیں، اُس کے نیچے کتاب کا رسمی تعارف ہو۔ اس میں کتاب کا نام، مصنف یا مؤلف کا نام، ملنے کا پتہ، صفحات کی تعداد اور قیمت درج کر دیجیے۔ اگر مجلد ہو تو اس کا ذکر کر دیجیے۔

مفصل تبصرے کی صورت میں پہلے دو، تین یا چار پیروں میں کتاب کا ملخص نہایت دیانتداری کے ساتھ پیش کریں۔ اس ملخص میں اقتباسات بھی

دیے جا سکتے ہیں ۔ اس کے بعد کتاب کی خوبیوں کے بارے میں ایک پیرا لکھیں ، پھر اس کی خامیوں کا جائزہ لیں اور کوشش کریں کہ جائزہ مدلل ہو۔ آخر میں کتاب کی پروڈکشن کا ذکر کر دیں۔ اس میں کتابت ، طباعت ، کاغذ ، جلد اور گردپوش کے بارے میں مختصراً اپنی رائے پیش کر دیں ۔ اگر مختصر تبصرہ لکھنا مقصود ہے تو ایک آدھ پیرے میں بتایے کہ کتاب میں کیا کیا ہے اور ایک آدھ پیرے میں اس کے حسن و قبح کا تذکرہ کر دیجیے۔

اب تبصروں کی ادارت کا مرحلہ آتا ہے ۔ ہر اخبار میں اس کے لیے ایک مستقل عنوان ہوتا ہے ۔ اگر تبصرے زیادہ ہوں تو ایک چوکھٹے میں ان کتابوں کے نام دے دیجیے تا کہ قاری کو ایک نظر میں معلوم ہو جائے کہ کون کون سی کتاب پر تبصرہ کیا گیا ہے ۔ یوں بھی ہوتا ہے کہ گرد پوش خوبصورت ہو تو تبصرے کے آغاز میں اس کی عکسی تصویر دے دی جاتی ہے ۔ اگر مصنف نمایاں شخصیت کا حامل ہو تو اس کی تصویر بھی دی جا سکتی ہے لیکن ضروری نہیں ۔

فلمی تبصرہ : تبصرہ نگار کے لیے ضروری ہے کہ وہ پہلے فلم سازی کے تکنیکی پہلوؤں سے آگاہ ہو ۔ اسے معلوم ہونا چاہیے کہ جہاں سٹیج پر پیش ہونے والا ڈراما ایک ہی شخص لکھتا ہے وہاں فلم کے لیےایک شخص کہانی لکھتا ہے ، دوسرا مکالمے لکھتا ہے ، تیسرا گانے لکھتا ہے ، چوتھا سیناریو یا منظر نامہ مرتب کرتا ہے ، پانچواں پس منظر کی موسیقی ترتیب دیتا ہے اور گانوں کی دھنیں بناتا ہے ۔ ہدایت کار مجموعی نگرانی کرتے کرتے بعض اوقات کہانی میں بھی تبدیلیاں کر دیتا ہے ۔ پھر رقص کی ہدایت کاری الگ ہوتی ہے ، کوئی سیٹنگ تیار کرتا ہے اور کوئی لباس کے بارے میں ہدایت دیتا ہے اور کسی کے ذمے اداکاروں کا میک اپ یا بہروپ ہوتا ہے ۔ غرض فلم سازی میں کئی لوگوں کی مساعی کار فرما ہوتی ہیں ۔ پھر ضروری نہیں کہ فلم میں جو کچھ دکھایا جائے وہ حقیقت کے مطابق ہو۔ فلم ساز اور تماشائیوں کے درمیان کچھ مفاہمتیں ہوتی ہیں جن کی بنا پر بعض خلاف معمول چیزیں برداشت کر لی جاتی ہیں ۔ مثلاً کوئی لڑکی بازار میں نہیں گاتی لیکن فلموں میں ایسے مناظر دکھائے جاتے ہیں کیوں کہ

بازار میں چلتے وقت لڑکی کے ذہنی تاثر کو پردہ سیمیں پر اسی صورت میں پیش کیا جا سکتا ہے۔ اسی طرح اور بھی مفاہمتیں ہوتی ہیں۔ تبصرہ نگار کو ان تمام امور سے آگاہ ہونا چاہیے۔

جس طرح کتاب پر تبصرے سے پہلے اس کا نام، ملنے کا پتا وغیرہ دیا جاتا ہے اسی طرح بعض فلمی تبصرہ نگار ابتدا میں فلم ساز، ہدایت کار، افسانہ نگار، مکالمہ نگار، ہدایت کار موسیقی اور اداکاروں کے نام دے دیتے ہیں۔ کچھ تبصرہ نگا اس رسمی تعارف کو پسند نہیں کرتے اور وہ ان معلومات کو متن کے مختلف مقامات پر پیش کرتے ہیں۔ تبصرہ کے اجزائے ترکیبی یہ ہوتے ہیں۔

۱ - تعارف
۲ - مرکزی خیال اور کہانی
۳ - کہانی اور مکالموں میں خامیوں کی نشان دہی
۴ - ہدایت کاری
۵ - موسیقی : گیتوں اور دھنوں اور پس منظر کی موسیقی
٦ - بڑے بڑے فن کاروں کی اداکاری
۷ - حاصل بحث، جس میں تبصرہ نگار اپنی مجموعی رائے پیش کرتا ہے

ریڈیائی تبصرہ

ریڈیائی تبصرہ لکھنا نسبتاً زیادہ مشکل ہے کیونکہ ہفتے بھر کے پروگرام کا احاطہ کرنا ہوتا ہے اور بہت سا وقت پروگرام سننے ہی میں صرف ہو جاتا ہے۔ بہر حال نہ یہ ضروری ہے کہ تمام پروگرام سنے جائیں اور نہ کوئی ایسا کر سکتا ہے۔ عام طور پر یہی ہوتا ہے کہ تبصرہ نگار ہفتے بھر کے پروگرام کو دیکھ کر چند چیزوں کا انتخاب کر لیتا ہے۔ مثلاً ڈرامے، فیچر، ایک آدھ تقریر، ایک آدھ مذاکرہ اور ایک آدھ موسیقی کا پروگرام۔ جہاں تک مستقل پروگراموں کا تعلق ہے مثلاً عورتوں، بچوں، طالب علموں، دیہاتیوں اور فوجیوں کے پروگرام، ان میں سے ہر ہفتے ایک آدھ پروگرام باری باری چن لیا جاتا ہے۔

تین چیزیں ایسی ہیں جو ہر پروگرام میں دیکھی جاتی ہیں :
اول : صحت زبان
دوم : تلفظ
سوم : کیا آواز مائیکرو فون کے معیار پر پوری اُترتی ہے ؟ ریڈیو پر نشر ہونے والی آواز کا اچھا ہونا ضروری ہے -

ریڈیائی تقریر کو پرکھنے کی کسوٹیاں یہ ہیں :
اول : تحریر کیسی ہے ؟ کیا اس میں اُلجھاؤ تو نہیں ؟ ایسے الفاظ تو موجود نہیں جن کے معانی تلاش کرنے کے لیے ایک اوسط درجے کے خواندہ فرد کو لغت دیکھنی پڑے ؟ فقرے طویل تو نہیں ؟
دوم : یہ تقریر ادا کیسے ہوئی ؟ مقرر زیادہ اٹکا تو نہیں ؟ تقریر کے اُتار چڑھاؤ میں کوئی خرابی تو پیدا نہیں ہوئی ؟ یاد رہے کہ ریڈیائی تقریر کے لیےانگریزی میں ٹاک (Talk) یعنی بات چیت کا لفظ استعمال کیا جاتا ہے اور تقریر بات چیت ہی کے انداز میں ہونی چاہیے -

ریڈیائی ڈرامے اور فیچر پر تبصرہ تین حصوں میں تقسیم ہوتا ہے :
۱ - **مسودہ** : یہ فلمی ڈرامے کے برعکس صرف ایک شخص کی دماغی کاوش کا نتیجہ ہوتا ہے - جہاں تک مرکزی خیال ، پلاٹ ، زبان ، کردار نگاری اور ڈراما نگاری کے دوسرے تقاضوں کا تعلق ہے ، اس کی ذمہ داری ڈراما نگار یا فیچر نگار پر ہوتی ہے -
۲ - **پروڈکشن** : ہر ڈرامے یا فیچر کے شروع یا آخر میں بتایا جاتا ہے کہ تحریر کے لیے کون ذمہ دار ہے اور پیش کش کس کی ہے - موخرالذکر پروڈیوسر ہوتا ہے - وہ ایک طرح کا ہدایت کار ہے - پس منظر کی موسیقی ، صوتی اثرات اور اداکاروں کی کارکردگی کی ذمہ داری اُسی پر ہوتی ہے -
۳ - **اداکاری** : اداکاروں کی کارکردگی کا اندازہ آسان ہے -

تبصرہ نگار اگر ان امور کو پیش نظر رکھے تو وہ کبھی ایک شخص

کی غلطی دوسرے کے سر نہیں تھوپے گا۔

ریڈیائی فیچر کے بارے میں یہ جاننا ضروری ہے کہ یہ ایک نیم ڈرامائی صنف ہے اس لیے اس کی جانچ پرکھ میں ڈرامے کے تمام عناصر کو پیش نظر رکھنا مناسب نہیں ہو گا۔ فیچر کئی قسم کے ہوتے ہیں۔ تاریخی فیچر میں علاوہ دوسرے امور کے یہ بھی دیکھنا ہوتا ہے کہ اس میں تاریخی حقائق کی پیش کش صحیح ہوئی ہے یا نہیں۔ نغماتی فیچر میں نغموں کے انتخاب کے ساتھ ساتھ موسیقی کی دھنوں کے بارے میں بھی تبصرہ ضروری ہو گا۔

ریڈیائی تبصرے میں سب سے پہلے اہم ترین پروگرام کو لینا چاہیے۔ اگر وہ ڈراما ہے تو اس کے بعد دوسرے ڈراموں کا جائزہ لیا جائے پھر فیچر زیر بحث آئیں، اس کے بعد تقریروں کا تذکرہ ہو جائے۔ بعض تبصرہ نگار صرف ایک پروگرام پر سارا زور صرف کر دیتے ہیں، یہ مناسب نہیں۔ تبصرے میں زیادہ پروگراموں کا تذکرہ ہونا چاہیے۔

ٹیلی ویژن

ریڈیو کو برعظیم میں باقاعدہ پروگرام نشر کرتے کم و بیش تیس سال ہو گئے ہیں اور ریڈیو پروگرام بنانے اور پیش کرنے والوں کو وہ تمام تکنیکی سہولتیں میسر ہیں جن سے مثالی پروگرام نشر کیا جا سکتا ہے۔ اس کے مقابلے پر ہمارے ملک میں ٹیلی ویژن کی عمر بہت تھوڑی ہے۔ ۱۹۶۴ء کے اواخر میں اسے تجربے کے طور پر شروع کیا گیا اور ایک عرصے تک ٹیلی ویژن کے پروگرام محدود دائرے میں رہیں گے۔ یہی وجہ ہے کہ جہاں ریڈیائی پروگراموں پر تنقید کرتے وقت ہمارے سامنے ترقی یافتہ دنیا کے اعلیٰ معیار ہونے چاہییں، وہاں ٹیلی ویژن کے پروگراموں پر تبصرے کے وقت یہ بات پیش نظر رکھنی چاہیے کہ یہ فن ابھی گھٹنوں کے بل چل رہا ہے اور ہمارے ملک میں اس کے لیے زیادہ تکنیکی سہولتیں موجود نہیں۔ اس لیے مناسب ہو گا کہ ٹیلی ویژن پروگرام پر تبصرہ کرنے والا اخبار نویس ٹیلی ویژن کے بارے میں پہلے کتابوں سے یہ معلوم کرے کہ اس فن میں دوسرے ملکوں نے کیا ترقی کی ہے۔ پھر مقامی ٹیلی ویژن

سٹوڈیو کو دیکھے اور اس کے ارباب سے تبادلۂ خیالات کر کے ان کی مجبوریوں سے آگاہ ہو۔ مثلاً تکنیکی مشکلات کی بنا پر ہمارے ہاں کسی بیرونی تقریب کو براہ راست ٹیلی ویژن پر پیش نہیں کیا جا سکتا۔ ہمارے ہاں یہ بھی ممکن نہیں کہ بیرونی تقریبات کا بہت جامع انداز میں احاطہ کیا جائے، یا دوسرے شہروں کی تقریبات کی بھی فلم لی جائے کیونکہ اس میں ساز و سامان کی قلت دامن گیر ہے۔

سٹوڈیو کے اندر ڈراما سٹیج کرنے میں کچھ مشکلات حائل ہوتی ہیں۔ مثلاً ایک ڈرامے میں زیادہ منظر نہیں دکھائے جا سکتے، بالخصوص جب سٹوڈیو ایک ہی ہو۔ اس طرح بڑے ہجوم نہیں دکھائے جا سکتے۔ مثلاً ۱۹۶۵ء میں لاہور کے ٹیلی ویژن سے "جولیس سیزر" نشر ہوا۔ بروٹس اور انٹونی کی تقریریں ہوئیں لیکن سننے والے پانچ چھ آدمی ہی تھے، اس سے زیادہ پیش ہی نہیں کیے جا سکتے تھے۔ اس ٹیلی ویژن ڈرامے میں بھی پروڈیوسر اور تماشائیوں کے درمیان کچھ مفاہمتیں ہوتی ہیں اور تبصرہ کرتے وقت ان مفاہمتوں کو پیش نظر رکھنا ہوتا ہے۔

ریڈیائی تبصرے کی طرح ٹیلی ویژن کے پروگرام پر تبصرے کی ترتیب بھی یہی ہونی چاہیے کہ پہلے اہم ترین پروگرام پر بحث کی جائے اور اس کے بعد نسبتاً کم اہم پروگراموں کا تذکرہ کر دیا جائے۔

رقص و موسیقی کی محفلیں: اس قسم کی محفلوں پر اچھا تبصرہ وہ ہوتا ہے جسے پڑھ کر قارئین کو یوں محسوس ہو جیسے وہ بھی ان میں شریک تھے۔ اس لیے اس کی تحریر میں بیانیہ اور ڈرامائی عنصر کی موجودگی لازمی ہے۔ تبصرہ نگار کا فرض ہے کہ وہ نہ صرف افتتاحی رسم اور افتتاحی تقریر کی رپورٹ دے بلکہ حاضرین کی بھی تصویر کھینچے اور یہ بتانے کی کوشش کرے کہ حاضرین کے تاثرات کیا تھے۔ جہاں تک رقص اور موسیقی کے فنی پہلوؤں کا تعلق ہے۔ اگر اسے ان سے آگاہی ہے تو فبہا ورنہ اس میں کوئی مضائقہ نہیں کہ کسی ایسی شخصیت سے انٹرویو کر لیا جائے جسے ان فنون لطیفہ میں دسترس حاصل ہو۔ بہر حال اس شخصیت کا نام دینے کی ضرورت نہیں۔ اگر نو آموز تبصرہ نگار ایسی چند محفلوں پر تبصرے میں

ایسا اہتمام کر لے ، تو آہستہ آہستہ اُسے بھی فنی پہلوؤں کا کچھ نہ کچھ علم ہو جائے گا اور پھر انٹرویو کرنے کی ضرورت پیش نہیں آئے گی - موسیقی اور رقص پر ایک آدھ کتاب پڑھ لی جائے تو اس سے تبصرہ نگاری میں مزید سہولت پیدا ہو سکتی ہے -

اس قسم کی تحریر کے کچھ بنیادی تقاضے ہیں - مثلاً اس میں ادبی رنگ موجود ہو ، منظر نگاری چابک دستی کے ساتھ کی جائے اور بیانیہ اور ڈرامائی عنصر کا ذکر تو ہم پہلے ہی کر چکے ہیں - ابتدائی پیرے میں اتنی کشش ہو کہ قارئین پورا تبصرہ پڑھنے پر آمادہ ہو جائیں - اس پیرے میں کیا ہو؟ افتتاحی تقریر کا کوئی پر کشش اقتباس ، کسی رقص کی لفظی تصویر ، کسی گانے سے بندھے ہوئے سماں کی پیش کش یا کوئی اور ایسا پہلو جو خاص طور پر قابل ذکر ہو - اس تحریر کے آخری پیرے کی بھی نوک پلک سنوارنا ضروری ہے تاکہ مجموعی تاثر میں اضافہ ہو سکے -

علمی و ادبی مجلسیں : اس قسم کی مجالس پر تبصرے لکھنے کا مقصد یہی ہوتا ہے کہ جن لوگوں نے ان میں شرکت نہیں کی ، اُنھیں بھی شرکت کا احساس دلایا جائے اور اُنھیں علم و ادب کی رفتار سے آگاہ کیا جائے - بعض تبصرہ نگار اس میں مزاح کا عنصر بھی داخل کر دیتے ہیں - اس میں کوئی قباحت نہیں لیکن شرط یہ ہے کہ مزاح کا عنصر ثانوی حیثیت رکھے ، وہ تبصرے پر غالب نہ آنے پائے کیونکہ اگر مزاح غالب آ جائے گا تو اُن معلومات اور خیالات و آرا کی صحت کا خیال نہیں رکھا جا سکے گا جن کا اظہار ایسی مجالس میں ہوتا ہے - تبصرہ نگاری کا ایک اور تقاضا یہ ہے کہ ادبی مباحث کی ایسی گھمبیر اصطلاحات کے استعمال سے گریز کیا جائے جن سے زیادہ لوگ آگاہ نہیں ہیں اور ادبی اور علمی مباحث کو عام فہم الفاظ میں پیش کیا جائے - اگر ایسا تبصرہ روزانہ فیچر کی حیثیت رکھتا ہے تو اس میں کوئی مضائقہ نہیں کہ ایک کالم میں ایک ہی تقریب کا ذکر ہو - لیکن اگر یہ ہفت روزہ فیچر ہے تو پھر اس میں دو تین مجالس کا تذکرہ ہونا چاہیے- تبصرہ نگار کا فرض ہے کہ وہ کسی ایک علمی و ادبی مجلس کا پروپیگنڈا ایجنٹ بن کر نہ رہ جائے ، اسے زیادہ سے زیادہ محفلوں میں شریک ہونا چاہیے تاکہ ہر

مکتب خیال کے نظریات منظر عام پر لائے جا سکیں - اگر کسی مقالے یا تقریر کا صحیح مطلب سمجھ میں نہ آئے تو مناسب یہ ہے کہ مقالہ نگار یا مقرر سے ملاقات کر کے وضاحت طلب کر لی جائے - یہ رسم فریقین کے لیے مفید رہے گی -

مشاعرے : مشاعرے ہماری تہذیب کا ایک لازمی جزو ہیں - ان پر تبصرہ نگاری کے لیے وہ تمام امور ضروری ہیں جن کا ذکر ہم رقص اور موسیقی کی محفلوں کے تحت کر چکے ہیں - فرق یہ ہے کہ مشاعروں پر تبصرے کے دوران میں چند اچھے شعروں کا انتخاب دینا ضروری ہے - اشعار کا انتخاب ذوق کی بات ہے اور مختلف لوگوں کے ذوق مختلف ہوتے ہیں اس لیے اس سلسلے میں کوئی لگے بندھے اصول پیش کرنا ممکن نہیں -

مصوری کی نمائش : ہمارے ہاں مصوروں کی تعداد بہت زیادہ ہے - مصوری کی نمائشیں بھی بڑی تعداد میں ہوتی ہیں لیکن مصوروں کو سمجھنے والوں کی تعداد بہت کم ہے- یہی وجہ ہے کہ تبصرہ نگاروں سے بھی یہ توقع نہیں کی جا سکتی کہ وہ آرٹ کی ہر صنف کے فنی پہلوؤں سے واقفیت رکھیں اس کا علاج یہی ہے کہ تبصرہ نگار کسی ایسی شخصیت سے گہرا رابطہ استوار رکھے جسے فن مصوری کے مختلف پہلوؤں سے واقفیت ہو اور جب کوئی نمائش ہو تو اس کے بارے میں اس شخصیت سے تبادلۂ خیالات کر لے- لیکن شخصیت کے انتخاب میں اس بات کا خیال رکھا جائے کہ وہ ذاتی تعصبات سے بالا ہو- تبصرہ نگار کو یہ بھی چاہیے کہ جس مصور کی تصویروں کی نمائش ہو اس سے بھی ملاقات کر کے اس کے آرٹ کے بارے میں معلومات فراہم کرے اور انہیں بھی مناسب انداز میں استعمال کرے -

تھیٹر : پاکستان میں تھیٹر کا وجود نہ ہونے کے برابر ہے کیوں کہ یہاں کوئی رسمی تھیٹر موجود نہیں - بعض ڈرامیٹک سوسائٹیاں ہیں جو کبھی کبھی ڈرامے سٹیج کرتی ہیں اور ظاہر ہے انہیں سٹیج کی اعلیٰ سہولتیں میسر نہیں - اس لیے ان پیش کشوں کو فن کی اعلیٰ کسوٹی پر پرکھنا درست نہیں ہوگا -

تبصرہ نگاری کے کچھ اخلاقی پہلو بھی ہیں - کسی ایک شخصیت یا

گروہ کی زیادہ تعریف یا زیادہ مذمت نامناسب ہے ۔ اگر نکتہ چینی ضروری ہے تو اس میں الفاظ ایسے استعمال کیے جائیں جو نرم ہوں اور انداز بیان نا خوشگوار نہ ہو ۔ اس کا مطلب یہ نہیں کہ سچی بات کہنے سے گریز کیا جائے ۔ مقصود صرف یہ ہے کہ ہر بات رکھ رکھاؤ سے کہی جائے ۔ مثلاً کسی فنکار کے بارے میں یہ نہ کہیئے کہ وہ جاہل یا نالائق ہے ۔ البتہ اس کی فنی تخلیق کی تمام کمزوریوں کو واشگاف کرتے چلے جائیے ۔ اور فیصلہ قارئین پر چھوڑ دیجئے ۔

خلاصہ

تبصرہ نگاری علمی تنقید سے مختلف چیز ہے ۔ یہ ایک قسم کی رپورٹنگ ہے ، جس میں حقائق کے بیان کے پہلو بہ پہلو اظہار رائے بھی ہوتا ہے ۔ تبصرہ نگار کے لیئے ضروری ہے کہ جس موضوع سے اس کا تعلق ہو اُس میں اگر اسے تخصص کا درجہ حاصل نہیں ، تو کم از کم اسے مبادیات کا علم ضرور ہو ۔

تبصرہ نگاری کے موضوع یہ ہیں — نئی کتابیں ، نئی فلمیں ، ریڈیو ، ٹیلی ویژن ، رقص ، موسیقی کی محفلیں ، علمی و ادبی مجالس ، مشاعرے ، مصوری کی نمائش ، تھیٹر ۔

تبصرہ نگار کو چاہیے کہ کسی فنی تخلیق میں جو مشکلات حائل ہوتی ہیں ان کی روشنی میں تبصرہ کرے ۔ جانبداری سے کام نہ لے ، ہر گروہ اور ہر فن کار کے زاویۂ نگاہ کو سامنے لائے اور تنقید میں سوقیانہ یا قابل اعتراض زبان استعمال نہ کرے ۔

سوالات

۱ - ترقی یافتہ ممالک کے خواص پسند اخباروں اور ہمارے عام پسند اخباروں میں تبصرہ نگاری کے معیار کیوں مختلف ہیں ؟

۲ - "تبصرہ نگاری ایک قسم کی رپورٹنگ ہے ۔" اس پر سیر حاصل بحث کیجیے ۔

۳ - ریڈیائی تبصرے میں کن کن امور کا خیال رکھا جاتا ہے ؟

۴ - فلمی تبصرے کے بنیادی تقاضے کیا کیا ہیں ؟

حوالے کی لائبریری

اخبارات صرف خبریں فراہم نہیں کرتے ، ان کی تاویل اور تشریح بھی کرتے ہیں ۔ حالات و واقعات کا پس منظر بیان کرتے ہیں ۔ قارئین کو بتاتے ہیں کہ یہ حالات کیوں کر پیدا ہوئے اور یہ بتانے کے لیے وہ ماضی کو ٹٹولتے ہیں ۔ اداریے ہوں یا شذرے ، عام فیچر ہوں یا مستقل فیچر ، ان سب کی تحریر میں پس منظر سے آگاہی ضروری ہوتی ہے ۔ سب ایڈیٹنگ میں بھی اکثر اس کی ضرورت پڑتی ہے کیوں کہ بعض اوقات خبر کے متن ہی میں پس منظر بیان کر دیا جاتا ہے ۔ اس پس منظر کے کئی روپ ہیں ۔ مثلاً جغرافیائی یا تاریخی یا دونوں قسم کی معلومات ، تاویلی یا تشریحی پیرا گراف ، تصاویر ، نقشے ، گراف ۔

یہ پس منظر اخبار نویس کے ذہن میں نہ محفوظ ہوتا ہے ، نہ ہو سکتا ہے ۔ کیوں کہ آج کا اخبار دنیا کے گوشے گوشے کے مختلف قسم کے حالات و واقعات اور رجحانات کی ترجمانی کا دعوے دار ہے اور ان سب کا احاطہ کسی ایک ذہن کے بس کا روگ نہیں ۔ اس کے لیے دنیا کے بڑے بڑے اخبارات کے دفاتر میں حوالے کی لائبریریاں موجود ہوتی ہیں ۔ جن کے لیے Morgue کی اصطلاح رائج ہے ، اس میں کچھ حوالے کی کتب ہوتی ہیں ، مثلاً انسائیکلوپیڈیا ، ڈائرکٹریاں ، اٹلس ، شخصیات کے مختصر سوانح پر مشتمل بھاری بھرکم کتابیں ، ڈکشنریاں ، Year Books (ایسی کتابیں جن میں سال بہ سال کے تمام واقعات کا خلاصہ دیا جاتا ہے) ، سیاسی ڈکشنریاں ، جغرافیائی کتب ، لسانیاتی ادب ۔ اس کے ایک شعبے میں بڑے بڑے اخبارات کے فائل ہوتے ہیں ۔ ایک شعبہ تراشوں کا ہوتا ہے جس میں موضوع کے اعتبار سے اپنے اخبار کے اداریوں ، شذروں ، فیچروں ، اور خبروں کے تراشے فائلوں کی صورت میں جمع رہتے ہیں ۔ تصویری شعبے میں

ہزاروں پرانی تصویریں اور سینکڑوں نقشے محفوظ رہتے ہیں - جب کسی واقعے کے پس منظر کے لیے مواد درکار ہوتا ہے حوالے کی لائبریری کی طرف رجوع کیا جاتا ہے -

ایسے رسالے بھی موجود ہیں جو جزوی طور پر حوالے کی لائبریری کا کام دیتے ہیں - اداریہ نگاری کے باب میں ہم Keesing's Contemporary Archives کا ذکر کر چکے ہیں اور یہ بھی بتا چکے ہیں کہ اسے استعمال کرنے کا طریقہ کیا ہے - اس کے علاوہ بھی کئی دستاویزی رسالے جاری ہیں - کچھ حکومتوں کے اہتمام میں اور کچھ غیر سرکاری اداروں کی طرف سے - اول الذکر کی اہم ترین مثال "کامن ویلتھ ریویو" ہے جسے برطانیہ کی وزارت اطلاعات چھاپتی ہے - موخرالذکر کی نمایاں ترین مثال Current Digest of Soviet Press ہے - یہ کولمبیا یونیورسٹی (نیو یارک) کے زیر اہتمام شائع ہوتا ہے - اس میں سویٹ یونین کے قومی اور صوبائی اخبارات کے اہم اقتباسات کا انگریزی ترجمہ دیا جاتا ہے، بلکہ بعض اوقات ضرورت پڑنے پر "پراودا" اور "از ویستیا" جیسے اہم اخباروں کے پورے پورے شماروں کا ترجمہ دے دیا جاتا ہے -

اخبارات اور خبر رساں ایجنسیوں کے لیے بعض ناشر حوالے کا ایسا مواد مرتب کرتے ہیں جس سے فوری طور پر فائدہ اٹھایا جا سکتا ہے - مثلاً نیو یارک کی ایک فرم Deadline Data چھاپتی ہے - یہ ہزاروں چھوٹے چھوٹے کارڈوں کی صورت میں ہوتا ہے - ہر کارڈ ایک خاص موضوع سے تعلق رکھتا ہے - اس میں کچھ جگہ خالی رکھی جاتی ہے تاکہ اخبار والے تازہ ترین واقعات کا ندراج خود کر کے ہر کارڈ کو "اپٹوڈیٹ" بناتے جائیں - ان کی ترتیب اسی طرح ہوتی ہے کہ ایک لمحے میں مطلوبہ مواد سے تعلق رکھنے والا کارڈ نکالا جا سکتا ہے -

نمونے کی لائبریری

اب ہم یہ بتاتے ہیں کہ ایک اول درجے کے پاکستانی اخبار میں حوالے کی لائبریری میں کون کون سا مواد موجود ہونا چاہیے -

تصاویر کا شعبہ : تمام ایسی مردہ اور زندہ شخصیتوں کی تصاویر،

جنھوں نے بر عظیم کے مسلمانوں کی نشاۃ ثانیہ میں نمایاں حصہ لیا ، یا تحریک پاکستان کو آگے بڑھایا ، یا تعمیر پاکستان میں نمایاں کردار ادا کیا ۔ ادیبوں ، شاعروں ، ثقافتی اور تہذیبی سرگرمیوں میں پیش پیش رہنے والوں کی تصاویر ۔ ان کے علاوہ ان موضوعات سے تعلق رکھنے والی تصاویر — قومی اہمیت کے عظیم واقعات ، تاریخی اور تہذیبی اہمیت کی یادگاریں ، عظیم الشان جدید عمارتیں ، سیاحتی مراکز ، مناظر ، عظیم منصوبوں کے تعمیری کام ، بڑے بڑے بند اور دوسرے پراجکٹ ، عظیم صنعتی کارخانے ، عوامی تقریبات وغیرہ ۔

جغرافیائی شعبہ : قومی ، صوبائی ، علاقائی ، ڈویژنل ، ضلعی اور شہری سطح پر جغرافیائی معلومات ، موضوعاتی اعتبار سے مختلف قسم کے نقشہ ہائے پاکستان - صوبوں ، ضلعوں ، اور بڑے بڑے شہروں کے نقشے ، پاکستان کی سرحدات کے نقشے ۔

سوانحی شعبہ : پاکستان کی تمام اہم شخصیتوں کے سوانح ، جن میں سیاستدان ، ماہرین معاشیات ، وکلا ، علما ، اساتذہ ، شعرا ، ادیب ، دوسرے دانشور اور معاشرتی رہنما شامل ہوں ۔ اسی طرح دونوں صوبوں کے مختلف علاقوں کی مشہور شخصیتوں کے مختصر سوانح موجود ہوں ۔

اخباری فائلوں کا شعبہ : اپنے اخبار کے علاوہ چند دوسرے اہم اخباروں کے مکمل فائل ۔

امور قومی کا شعبہ : قومی پالیسی پر تمام بیانات ۔ پاکستان اور اُس کے دونوں صوبوں کے سربراہوں اور دوسری کلیدی شخصیتوں کی تقاریر ، قومی اور صوبائی میزانیے ، قومی اور صوبائی اسمبلیوں کی روداد ، مردم شماری کی رپورٹیں ، دوسرا شماریاتی مواد ، وقتاً فوقتاً نافذ ہونے والے قوانین اور آرڈی ننسوں کے متن ، تمام سرکاری مطبوعات ، پاک

وہ حوالے کی کتب جو پاکستانی یا غیر پاکستانی

مرتب کیں ، تحریک پاکستان پر تمام ضروری

پاکستان ۔

امور خارجہ کا شعبہ : پاکستان کی خارجہ

اور تقریریں ، غیر ممالک سے کیے ہوئے تمام معاہدات کا متن ، سلامتی کونسل اور اقوام متحدہ کے دوسرے اداروں میں پاکستان سے تعلق رکھنے والے مسائل پر بحث یا بیانات کا مکمل ریکارڈ ، پاکستان کے اہم مسائل پر غیر ملکی اخباروں کے تبصرے ، غیر ملکی سربراہوں کی پاکستان میں آمد کا ریکارڈ ، پاکستان کے سربراہوں کے غیر ملکی دوروں کی روداد ، خارجہ پالیسی پر اپوزیشن کے رہنماؤں کے بیانات -

امور صحافت کا شعبہ : صحافتی قوانین کا متن ، اُن تمام قوانین کے متعلقہ حصص ، جو صحافت پر اثر انداز ہوتے ہیں - صحافت سے تعلق رکھنے والے مقدمات کے عدالتی فیصلے ، پریس کمیشن اور اُجرتی بورڈ کی رپورٹیں ، صحافتی جماعتوں کے دستورالعمل اور رپورٹیں ، صحافت پر مقالات کے تراشے ، فن صحافت پر اچھی کتابوں کا ایک مجموعہ ، بین الاقوامی صحافتی اداروں اور جماعتوں کی مطبوعات اور رسائل -

عمومی شعبہ : اس میں وہ تمام چیزیں شامل ہوں جن کا ذکر ہم اس باب کے آغاز میں کر چکے ہیں -

جن اخبارات نے حوالے کی با قاعدہ لائبریری بنائی ہوتی ہے وہ اس کی نگرانی اور ترتیب کے لیے ایک کل وقتی لائبریرین بھی مقرر کرتے ہیں جو سارا مواد اس طرح رکھتا ہے کہ جب کسی چیز کی ضرورت پڑے وہ فوراً نکالی جا سکے -

اگر اخبار کے ذرائع محدود ہوں تو چھوٹے پیمانے پر لائبریری بنائی جا سکتی ہے ، لیکن لائبریری کی موجودگی بہت ضروری ہے -

تصویری صحافت

چین کی ایک پرانی کہاوت ہے کہ ایک اچھی تصویر ایک ہزار الفاظ کے برابر ہے ۔ صدیاں گزر گئیں لیکن اس کہاوت کی صداقت قائم ہے بلکہ سچ پوچھیے تو اس میں کچھ اضافہ ہی ہوا ہے ۔ یہ ایک جیتی جاگتی حقیقت ہے کہ ایک اچھی تصویر کسی واقعے کو الفاظ سے کہیں زیادہ مؤثر انداز میں پیش کرتی ہے اور اس کا تاثر گہرا بھی ہوتا ہے اور فوری بھی ۔ ذہنی کھنچاؤ اور بھر پور اور مصروف زندگی کے اس دور میں تصویری صحافت زیادہ ہردلعزیز ہو رہی ہے ۔ یہی وجہ ہے کہ آج کے زمانے میں ہم کسی ایسے روزنامے یا ہفت روزہ کا تصور نہیں کر سکتے جو تصاویر سے خالی ہو

یوں تو پچھلی صدی میں بھی اکا دکا اخبار تصویریں دیتا تھا لیکن تصویری صحافت کا حقیقی آغاز اسی صدی میں ہوا ہے ۔ برعظیم کی اُردو صحافت میں تصویروں کا آغاز ہفت روزہ ''الہلال'' سے ہوا لیکن جب وہ بند ہوا تو تصویری صحافت کی بساط بھی اُلٹ گئی ۔ در اصل اُردو صحافت کی بڑی مشکل یہ رہی ہے کہ لیتھو طریق طباعت میں تصویر یا تو بلاک کا چربہ بنا کر دی جا سکتی تھی یا دوہری چھپائی کے ذریعے سے ۔ بلاک کے چربے اول تو اچھے نہیں بنتے اور اگر اچھے بنا بھی لیے جائیں تو چھپائی کے دوران میں اُن کا سارا حسن ختم ہو جاتا ہے اور بسا اوقات چھپی ہوئی تصویر پر ایک دھبے کا گمان ہوتا ہے اور اُسے دیکھ کر کہنا پڑتا ہے کہ

ہر چند کہیں کہ ہے ، نہیں ہے

دوہری چھپائی سے مراد یہ ہے کہ پہلے لیٹر پریس طریق طباعت کے مطابق بلاک چھاپ لیے جائیں ۔ پھر لیتھو طریق طباعت کے مطابق متن چھاپا جائے۔ اس میں یہ دقتیں پیش آتی ہیں :

۱ ۔ دو بار چھاپنے سے لاگت زیادہ آتی ہے ۔

۲ - وقت زیادہ صرف ہوتا ہے -

۳ - تاخیر کی وجہ سے تصویر خبر کے متن کے ساتھ نہیں دی جا سکتی -

اس کا ایک علاج یہ تھا کہ تصویروں کے صحافت الگ ہوں اور متن کے صفحات الگ - لیکن یہ صورت صرف ہفت روزہ صحافت میں کارگر ہو سکتی ہے جہاں بلاک کا انتظار کیا جا سکتا ہے - چنانچہ دہلی کے اخبار ''ریاست'' میں یہی ہوتا تھا - اور بھی کئی ہفت روزہ اخباروں کی یہی ریت رہی - یہاں تک کہ بعض اُردو روز ناموں نے اپنے سنڈے ایڈیشنوں میں سرورق کے پہلے اور آخری صفحے پر تصویریں دینے کی رسم شروع کر دی لیکن اصل تصویری صحافت معرض وجود میں نہ آ سکی کیونکہ اس کا تقاضا تو یہ ہے کہ تصویر خبر کے ساتھ درج ہو -

مدتوں یہ تجویز پیش ہوتی رہی کہ اُردو اخبار ٹائپ میں چھپیں - گویا لیٹر پریس طریق طباعت اختیار کیا جائے تاکہ اُردو اخبار دوہری چھپائی اور تصویر کی پیش کش میں نامناسب تاخیر کے جھنجھٹوں سے آزاد ہو جائیں اور انگریزی اخباروں کی طرح تصویریں خبر کے متن کے ساتھ چھاپ سکیں -

اتنے میں چھپائی کی دنیا میں انقلاب آیا اور 'آف سیٹ' طباعت کا رواج شروع ہؤا - دنیا کے کئی ترقی یافتہ ممالک میں اخبار اس پر بھی چھپنے لگے - تصویری صحافت کو یوں مزید فروغ ملا کہ بلاک بنانے کا ٹنٹا بھی ختم ہو گیا - نصف شب کے بعد آنے والی تصویر کی طباعت بھی ممکن ہو گئی - ۱۹۴۷ کے انقلاب کے چند سال بعد پاکستان کے اُردو اخباروں نے آف سیٹ کو اپنا لیا اور اب اُردو اخباروں کا تصور تصریروں کے بغیر نا ممکن ہو چکا ہے -

تصویری صحافت کے فائدے

۱ - **خبر کا اھم حصہ فوراً بے نقاب ہو جاتا ھے:** آج کی مصروف زندگی میں اخبار پڑھنے والا جلدی میں ہوتا ہے - وہ خبروں کی تفصیل میں جانے کی جگہ محض عنوان پڑھ لیتا ہے - اگر ساتھ ہی تصویر ہو تو وہ خبر سے زیادہ اثر قبول کر لیتا ہے - بسا اوقات کسی حادثے کی تصویر دیکھ

وہ اس کی ہولناکی کا اندازہ کر سکتا ہے - بہر حال اس کا مطلب یہ نہیں کہ متن کی ضرورت باقی نہیں رہتی - الفاظ کے روپ میں کسی حادثے یا واقعے کی ڈرامائی پیشکش ہر حال اپنی جگہ پر اہم ہے -

۲ - **ذہن پر صحیح نقش واضح ہو جاتا ہے :** تصاویر سے کسی واقعے یا حادثے کا نقش ذہن پر زیادہ واضح ہو جاتا ہے - نامہ نگار کسی واقعے کے اعداد و شمار پیش کرتا ہے ، الفاظ سے اُس کی تصویر کھینچ لیتا ہے - لیکن

شنیدہ کے بود مانند دیدہ

اصل نقش عکسی تصویر ہی سے مرتب ہوتا ہے - قاہرہ کے قریب پاکستانی طیارے کی بربادی پر اخبار نویسوں نے قلم کے جوہر دکھائے لیکن جو تاثر اور جو نقش اُن تصاویر نے ذہنوں پر جمایا جن میں مسخ شدہ نعشیں ، تحفے کی چوڑیاں ، گڑیا اور طیارے کے ٹکڑے اور بکھرا ہؤا سامان دکھایا گیا - اُس کی شدت سے کسے انکار ہو سکتا ہے ؟ گویا سارا حادثہ اپنی پوری ہولناکیوں کے ساتھ نظروں کے سامنے پھر گیا !

۳ - **واقعات تسلسل کے ساتھ سامنے آ جاتے ہیں :** بعض اوقات کسی واقعے کی صرف ایک تصویر کافی نہیں ہوتی - بلکہ اکثر گمراہ کن بھی ہوتی ہے - مثلاً جشن استقلال پاکستان کے کئی پہلو ہوتے ہیں - ان سب یا ان میں سے اہم پہلوؤں کی تصویروں کا ایک سلسلہ چھاپنے سے جشن کی ساری رونق نظر کے سامنے پھر جاتی ہے - جب کسی میچ میں فیصلہ کن مرحلہ آتا ہے تو لوگ صرف اُس مرحلے کی تصویر نہیں چاہتے - یہ بھی معلوم کرنا چاہتے ہیں ، کہ ایسا کس طرح ہؤا - چنانچہ اخباری فوٹوگرافر فیصلہ کن مرحلے کا تاثر بڑھانے کے لیے چار پانچ تصویریں ایک دوسری کے پہلو بہ پہلو دیتے ہیں اور قاری یوں محسوس کرتا ہے جیسے اُس نے اپنی آنکھوں سے میچ دیکھا ہے -

۴ - **تفریح کا سامان فراہم ہوتا ہے :** ہر اخبار کچھ ایسی تصاویر بھی دیتا ہے جن کی کوئی حقیقی خبری اہمیت نہیں ہوتی لیکن اُن کی دلچسپی سے انکار نہیں کیا جا سکتا - مثلاً مناظر فطرت ، موسمی تبدیلیوں ، بچوں ، جانوروں ، بڑے بوڑھوں اور عورتوں کی تصویریں - اس طرح مختلف قسم کا

ذوق رکھنے والے قارئین کے لیے سامان تفریح فراہم ہو جاتا ہے ۔

۵ ۔ اخبار کے حسن میں اضافہ ہوتا ہے : تصاویر نہ ہوں تو اخباروں کے صفحات سپاٹ رہ جائیں ۔ اگرچہ سرخیوں ، چوکھٹوں اور دوسرے طریقوں سے اخباری صفحات میں تنوع پیدا کیا جاتا ہے لیکن اس کے باوجود اُن میں زیادہ رونق نہیں ہوتی ۔ تصاویر سے اُن کے حسن میں اضافہ ہو جاتا ہے ۔

تصویروں کے ذرائع

اب ہمیں یہ دیکھنا ہے کہ اخبار تصویریں کن ذرائع سے حاصل کرتے ہیں ۔ بڑے اخباروں کے ذرائع درج ذیل ہیں :

۱ ۔ سٹاف فوٹوگرافر : سٹاف فوٹو گرافر یا پریس فوٹو گرافر ہر بڑا اخبار مقرر کرتا ہے ۔ عام طور پر ان کی تعداد دو یا تین ہوتی ہے اور یہ اُسی شہر میں ہوتے ہیں جہاں سے اخبار نکلتا ہے ۔ یہی لوگ مقامی تقریبوں ، مجلسوں ، حادثوں اور دوسرے واقعات کی تصاویر مہیا کرتے ہیں ۔

۲ ۔ خبر رساں ادارے : پاکستان میں ایسوشی ایٹڈ پریس آف پاکستان (ا ۔ پ ۔ پ) ہر مہینے تقریباً ڈیڑھ سو تصویریں مہیا کرتا ہے اور پاکستان پریس ایسوسی ایشن (پ ۔ پ ۔ ا) تقریباً ایک سو تصویریں دیتا ہے ۔ اول الذکر ادارے کی تصویریں پاکستانی موضوعات سے تعلق رکھتی ہیں ۔ موخرالذکر ادارہ بیرونِ ملک کے موضوعات پر بھی تصویریں مہیا کرتا ہے اور اس سلسلے میں اژانس فرانس پریس (ا ۔ ف ۔ پ) سے اُس کا ایک معاہدہ ہو چکا ہے ۔

۳ ۔ فیچر سنڈیکیٹ : بیرونی ممالک کی جتنی تصویریں ہمارے اخباروں میں چھپتی ہیں اُن کی غالب اکثریت کا منبع فیچر سنڈیکیٹ ہیں ۔ یہ سنڈیکیٹ تجارتی ادارے ہیں ، برطانیہ اور امریکہ میں بہت بڑی تعداد میں قائم ہیں اور یہ تھوڑے سے معاوضے پر دنیا بھر کے اخبارات کو تصویریں فراہم کرتے ہیں ۔

۴ ۔ غیر ملکی اطلاعاتی ادارے : پاکستان میں بڑے بڑے ملکوں کے سفارت خانوں سے جو اطلاعاتی ادارے منسلک ہیں وہ بھی اخباروں کو تصویریں مہیا کرتے ہیں اور ان کا کوئی معاوضہ نہیں لیتے ۔

۵ - **غیر ملکی رسالے :** ہمارے ہاں غیر ملکی اخباروں اور رسالوں سے بہت سی تصویریں اخذ کر لی جاتی ہیں اور عام طور پر اجازت نہیں لی جاتی جو ایک اچھی رسم نہیں -

۶ - **کمرشل فوٹو گرافر :** مختلف بڑے شہروں میں کمرشل فوٹوگرافر اہم واقعات کی تصویریں بھیجتے ہیں جن کا معاوضہ دیا جاتا ہے -

۷ **نجی طور پر بھیجی ہوئی تصویریں :** بعض مجالس اور ادارے اپنی تقریبات کی تصویریں خود اُترواتے ہیں اور ان کی نقول اخباروں کو بلا معاوضہ بھیج دیتے ہیں -

تصویروں کا انتخاب

مختلف ذرائع سے آنے والی تصاویر کا انبار لگ جاتا ہے - ظاہر ہے ، ان میں صرف چند تصویریں چھاپی جا سکتی ہیں ، اس لیے انتخاب کا کام کٹھن ہوتا ہے - تصویر ایسی چھاپنی چاہیے جس میں عمل ہو، حرکت ہو، اور کسی چیز کا بیان ہو - اس میں ایسی کشش ہو کہ فوراً توجہ کھینچ لے - پھر اس میں بے ساختگی اور زندگی کے عناصر موجود ہوں - ان سب کی جانچ پرکھ کے لیے کچھ پیمانے وضع کیے گئے ہیں جو مندرجہ ذیل سوالوں سے ظاہر ہوتے ہیں :

کیا آپ تصویر **دیکھ** سکتے ہیں ؟

اسے **محسوس** کر سکتے ہیں ؟

کیا اس میں **زندگی** موجود ہے ؟

کیا یہ غیر معمولی پہلو پیش کرتی ہے ؟

کیا اس سے آپ کے دل میں دلچسپی ، خوف یا ہمدردی کا جذبہ اُبھرتا ہے ؟

کیا چہرے پر کوئی جذبہ موجود ہے مثلاً فخر ، غرور ، شرمیلا پن ، غصہ ، عزم ، مسرت ، غم ؟

الغرض ایسی تصویریں منتخب کیجیے جو کچھ بتائیں — عوام کے بارے میں ، کسی مقام کے بارے میں یا کسی واقعے کے بارے میں !

ہفت روزہ اخبار ہو یا ہفت روزہ ایڈیشن یا روزانہ اخبار میں کوئی فیچر، تصاویر کے انتخاب میں کڑا معیار قائم کیا جا سکتا ہے ، لیکن جہاں تک روز مرہ حادثات یا واقعات کا تعلق ہے ، کوئی روزانہ اخبار اس قابل نہیں کہ اُس کی تمام تصاویر ان پیمانوں پر پوری اُتریں ۔ اکثر کوئی تصویر نہ دینے سے بھی بہتر سمجھا جاتا ہے کہ اس واقعے کی کوئی معمولی تصویر دے دی جائے ۔ بہر حال کوشش یہی ہونی چاہیے کہ ہر تصویر حرکت اور زندگی سے عبارت ہو ، تاکہ اُس سے تعلق رکھنے والی خبر یا فیچر کے ڈرامائی تاثر میں اضافہ ہو ۔

تصویر کے تکنیکی معیار

موضوع کے لحاظ سے تصویر کے انتخاب کے بعد اس کے تکنیکی معیار کو پرکھنا ضروری ہوتا ہے جس کا بنیادی نکتہ یہ ہے کہ تصویر کے عناصر ترکیبی کا تنقیدی نظر سے جائزہ لیا جائے ۔ اس کے لیے مندرجہ ذیل امور پیش نظر رکھے جاتے ہیں :

۱ ۔ پیش منظر خالی نہ ہو ۔ اگر خالی ہو گا تو دیکھنے والا محسوس کرے گا کہ موضوع تصویر بہت فاصلے پر ہے ۔

۲ ۔ جب کسی گروپ کی تصویر لی جاتی ہے تو ظاہر ہے سب افراد کیمرے کی طرف دیکھتے ہیں لیکن جب گروپ میں چھ سات افراد سے زیادہ نہ ہوں تو مناسب یہ ہے کہ انھیں کسی حرکت میں مصروف دکھایا جائے یعنی ان کا تعلق کیمرے سے نہیں ، ایک دوسرے سے ہو ۔ وہ یا تو باتیں کر رہے ہوں یا ایسے قدرتی انداز میں کھڑے ہوں جس سے معلوم ہو کہ وہ شعوری طور پر تصویر نہیں اتروا رہے ۔

۳ ۔ تصویر کے تمام خطوط کی سمت ایک نہ ہو ۔ اگر زیادہ تر خطوط متوازی ہوں تو کم از کم ایک خط ضرور عمودی ہو ۔ اگر پانچ افراد بیٹھے ہوں تو ایک کھڑا بھی ہو ۔ اگر پس منظر پر عمودی خطوط غالب ہوں تو پیش منظر نشیبی ہو تاکہ متوازی عنصر کا احساس ہو ۔

۴ - تمام عناصر ترکیبی وحدت کا احساس دلائیں یعنی تصویر کے مختلف حصے ایک دوسرے سے الگ نظر نہ آئیں - مثال کے طور پر اگر تصویر پر ایک عمودی خط کھینچا جائے اور خط کے دونوں جانب ایک ایک مکمل تصویر نظر آئے تو اس کا مطلب یہ ہے کہ عناصر ترکیبی ایک دوسرے سے الگ ہیں - تصویر میں کوئی ایسا عنصر بھی ہو جو ان دونوں میں بندھن کا کام دے -

اخباری تصویر کے خصوصی تکنیکی تقاضے

عین ممکن ہے کہ فنی اعتبار سے ایک عکسی تصویر بہت اعلیٰ پائے کی ہو لیکن اخبار کے لیے موزوں نہ ہو کیونکہ اخباروں میں وہی تصویریں دی جاتی ہیں جن کے حسن پر طباعت زیادہ برا اثر نہ ڈالے اور ایسی تصویریں وہ ہوتی ہیں جن میں ہر چیز واضح ، شوخ اور تیکھی ہو - روشنی اور تاریکی کا امتزاج ایسا ہو کہ کوئی چیز مبہم نہ رہ جائے - کسی جگہ بالخصوص چہرے پر پوری سفیدی نہ ہو کیونکہ چھپائی سے چہرہ بے رنگ ہو کر رہ جاتا ہے - پھر تصویر کا پرنٹ کھردرے کاغذ پر نہ ہو - ہمیشہ چمکیلے کاغذ پر ہو- یہ سب امور ایسے ہیں جو بلاک کی طباعت اور آف سیٹ طباعت دونوں میں ضروری ہیں - جہاں بلاک سے چھپائی مطلوب ہو وہاں یہ بھی ضروری ہے کہ تصویر کا اصل سائز ″۱۰ × ″۸ ہو کیونکہ بڑی تصویر سے چھوٹا بلاک بنایا جائے تو بہتر طباعت ہوتی ہے اور تصویر کے نقوش کا تیکھا پن نمایاں ہوتا ہے -

تصویر کی ادارت

جس طرح کسی مضمون یا خبر کی ادارت یا ایڈیٹنگ خوش اسلوبی سے کی جائے تو اُس کے حسن اور تاثر میں اضافہ ہو جاتا ہے ، اسی طرح تصویر کی بھی ادارت کے کچھ طریقے ہیں جن پر عمل کرنے سے اُس کے تاثر میں اضافہ ہو جاتا ہے اور بسااوقات ایک بہ ظاہر بری تصویر اچھی تصویر بن جاتی ہے ان طریقوں کی تفصیل یہ ہے :

الف - ری ٹچنگ [Re-touching] : اکثر تصویریں ہلکی پھلکی

اصلاح یا ری ٹچنگ کی محتاج ہوتی ہیں۔ اس میں تین چیزیں درکار ہوتی ہیں :

۱ - ایک پتلا برش

۲ - اِنڈین اِنک

۳ - سفید رنگ (Chinese Process White)

ری ٹچنگ سے تصویر کے ضروری اور مطلوبہ عناصر کو نمایاں کیا جاتا ہے اور ضروری تفاصیل کو ماند کیا جاتا ہے۔ اس سے تصویر کی خبری اہمیت اُجاگر ہو جاتی ہے - بہر حال اس کام میں تین باتوں کی احتیاط درکار ہے :

— نئے بیرونی خطوط (outline) نہ دیے جائیں -

— غیر موجود تفاصیل داخل نہ کی جائیں -

— ری ٹچ شدہ تصویر کو دیکھ کر یہ معلوم نہ ہو اس کی ری ٹچنگ کی گئی ہے -

ب - **تصویر کا بڑا کرنا** (Enlargment or Blow-up) : اصل تصویر کو بڑا کیا جائے - یہاں تک کہ اُس کا سائز "۱۰×۸" ہو جائے یا جس سائز کی تصویر اخبار میں چھاپنی ہے اُس سے ڈیڑھ گنا بڑا کر کے پھر مطلوبہ سائز پر لایا جائے۔ بلاک بنانا ہو یا آف سیٹ کا پازیٹو تیار کرنا ہو ، اس طریق کار سے تصویر بہتر بن جاتی ہے -

ج - **تراش خراش** (Trimming or Cropping) : بعض تصویریں ایسی ہوتی ہیں جن میں ''ڈراما'' اور شدت تاثر کے عناصر تو ہوتے ہیں لیکن غیر ضروری تفاصیل اور فالتو حصوں سے دھندلا جاتے ہیں - تراش خراش کا مقصد یہ ہے کہ غیر ضروری تفاصیل اور فالتو حصے حذف ہو جائیں اور تصویر کے جس حصے میں ''ڈراما'' ہے وہ نمایاں ہو جائے۔ مثلاً پاکستانی طیارے کے سانحہ' قاہرہ کی بے شمار تصاویر اخباروں میں چھپیں - ان میں جو تصاویر شدت تاثر کی حامل تھیں ، اُن میں تراش خراش سے کم

لیا گیا تھا - مثلاً مسخ شدہ نعشوں کی تصاویر ، ٹوٹی ہوئی گڑیا اور انسانوں کی بربادی میں بندروں کی زندگی کی تصویریں - بعض اخباروں نے ایسی تصاویر جوں کی توں چھاپ دیں لیکن ایسے اخبار بھی تھے جنھوں نے تراش خراش کے بعد متعلقہ حصوں کو بڑا کر کے چھاپا اور اس طرح تصویر کے دردناک تاثر کو دو چند کر دیا -

تصویر کے عنوان کے بارے میں یہ باتیں یاد رکھنے کے قابل ہیں :

۱ - عنوان تصویر کی چوڑائی سے کم جگہ لے اگر تصویر دو کالمی جگہ لیتی ہے تو عنوان دو کالمی سے کچھ کم ہونا چاہیے -

۲ - اگر تصویر بہت بڑی ہے مثلاً چار کالمی ہے تو عنوان کی سطر اگر ساڑھے تین کالمی بھی ہو اُسے پڑھنا مشکل ہوتا ہے - اس لیے یا تو سطر کم طویل ہو - اتنی کم ، کہ آسانی سے پڑھی جا سکے اور اگر عنوان کا متن طویل ہے تو اُسے ایک دوسرے کے متوازی دو دو کالمی سے کچھ کم جگہ میں درج کر دینا چاہیے -

۳ - عنوان کے متن کا خط کتابت اخباری متن کے عموسی خط کتابت سے مختلف ہونا چاہیے خواہ یہ خفی تر ہو یا جلی تر -

۴ - ادارتی عملہ خواہ عنوان کو کوئی صورت دے فوٹوگرافر کو ہدایت ہونی چاہیے کہ وہ ایک الگ چٹ پر یہ تفاصیل مہیا کرے :

کون ؟ — کس کی تصویر ہے اس کا نام ، ہجے صحیح ہوں

کہاں ؟

کیا ؟

کب ؟

کیوں ؟

یہ چٹ تصویر کی پشت پر یوں چسپاں کی جائے کہ اس کے صرف دو کنارے جڑے ہوں تا کہ اسے آسانی کے ساتھ تصویر سے الگ کیا جا سکے -

متفرق امور

۱ - تصاویر بڑی ہوں ، خواہ ان کی تعداد کم ہو - البتہ جہاں تک

چھوٹی چھوٹی شخصیتوں کا تعلق ہے ان کی تصویریں نصف کالمی سائز کی بھی ہوں تو کوئی مضائقہ نہیں ۔

۲ ۔ جب کسی فیچر میں صرف ایک ہی تصویر دینا مقصود ہو تو اسے سب سے اہم موضوع کے بارے میں ہونا چاہیے ۔ اور اس کی کشش کے بارے میں خاص خیال رکھنا چاہیے کیوں کہ یہ تصویر فیچر کے اشتہار کا کام دے گی ۔ اگر اچھی ہو گی تو زیادہ لوگ فیچر پڑھیں گے ۔

۳ ۔ کسی تصویر کا کوئی کنارہ کسی اشتہار سے نہ ملے کیوں کہ اس طرح تصویر اشتہار کا جزو معلوم ہوتی ہے ۔

اخباری فوٹوگرافر کے اوصاف

اگر کوئی شخص فوٹو گرافی میں کمال رکھتا ہے تو ضروری نہیں کہ وہ ایک اچھا اخباری فوٹو گرافر بھی بن سکے کیوں کہ اخباری فوٹوگرافر میں صحافتی قابلیت بھی درکار ہے ۔ بلکہ ایک لحاظ سے اس قابلیت کا پیمانہ کسی سب ایڈیٹر ، نامہ نگار یا فیچر نگار کے پیمانۂ قابلیت سے بھی زیادہ بلند ہونا چاہیے ۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ ایک عام اخبار نویس اپنی تحریر میں قطع و برید کر سکتا ہے ۔ اسے دوبارہ لکھ سکتا ہے ۔ حوالے کی کتب سے مواد حاصل کرکے اسے زیادہ معلومات افزا بنا سکتا ہے ۔ لیکن فوٹوگرافر کے لیے فیصلہ کن مرحلہ چشم زدن میں آ تا ہے اور چلا جاتا ہے ۔ اگر اس کی حس تیز ہو تو وہ اسی لمحے تصویر اتار لیتا ہے کیونکہ شاید وہ تاثر کسی شخصیت کے چہرے پر دوبارہ پیدا نہ ہو یا جس ہنگامے کی وہ تصویر لے رہا ہے اس کی شدت کا عالم پہلے جیسا نہ رہے ۔ ایک اخبار نویس کسی واقعے یا حادثے کے بعد یاد داشت سے بھی بعض ڈرامائی لمحات کی لفظی تصویر کشی کر سکتا ہے ۔ لیکن فوٹوگرافر کو یہ آسانی حاصل نہیں ۔ یہ درست ہے کہ اخباری تصویر کی بھی قطع و برید ہوتی ہے لیکن اس کی نوعیت قلمی قطع و برید یا نظر ثانی سے مختلف ہوتی ہے ۔ یہی وجہ ہے کہ آج کی صحافت میں اخباری فوٹوگرافر کی حیثیت عام

صحافی سے کسی صورت کم نہیں ہوتی -

[تصویری لائبریری کے بارے میں معلومات ایک الگ باب میں پیش کی گئی ہیں]

خلاصه

تصویری صحافت کے فوائد یہ ہیں کہ خبر کا اہم حصہ فوراً بے نقاب ہو جاتا ہے اور ذہن پر اس کا صحیح نقش واضح ہو جاتا ہے - واقعات تسلسل کے ساتھ سامنے آتے ہیں ، تفریح کا سامان فراہم ہوتا ہے اور اخبار کے حسن میں اضافہ ہو جاتا ہے -

اخبارات ان ذرائع سے تصویریں حاصل کرتے ہیں - سٹاف فوٹوگرافر ، خبر رساں ادارے ، فیچر سنڈیکیٹ ، غیر ملکی اطلاعاتی ادارے ، غیر ملکی رسالے ، کمرشل فوٹوگرافر ، نجی ذرائع -

ایسی تصویریں منتخب کی جاتی ہیں جو حرکت ، زندگی اور بے ساختگی سے عبارت ہوں اور جو فیچر یا خبر کے ڈرامائی تاثر میں اضافہ کریں -

تصاویر کے تکنیکی تقاضے یہ ہیں کہ پیش نظر خالی نہ ہو ، گروپ کو حرکت میں دکھایا جائے اگر زیادہ تر خطوط متوازی ہوں تو ایک خط عمودی بھی ہو اور تمام عناصر ترکیبی وحدت کا احساس دلائیں - تصویر میں ہر چیز واضح ، شوخ اور تیکھی ہو - تصویر چمکیلے کاغذ پر ہو - بڑے سائز کی تصویر سے بلاک بہتر بنتا ہے -

ایک بہ ظاہر ناقص تصویر کو اصلاح (ری ٹچنگ) اور انلارجمنٹ اور تراش خراش سے بہتر بنایا جا سکتا ہے -

اخباری فوٹوگرافر کے لیے فوٹوگرافی میں مہارت کے علاوہ ایک اخبار نویس کے اوصاف بھی ہونے چاہییں -

سوالات

۱ - اردو میں تصویری صحافت کے رواج میں تاخیر کی وجوہ کیا ہیں ؟

۲ - تصویری صحافت کے فائدے بیان کیجیے -

۳ - اخبار کن کن ذرائع سے تصویریں حاصل کرتے ہیں ؟

۴ - تصویروں کے انتخاب میں کن امور کو پیش نظر رکھا جاتا ہے ؟

۵ - تصویر کے تکنیکی امور کے بارے میں آپ جو کچھ جانتے ہیں وہ مختصراً بیان کیجیے -

۶ - ''بسا اوقات ایک بُری تصویر اچھی بن جاتی ہے'' کیسے ؟

۷ - اخباری فوٹوگرافر میں کن قابلیتوں کا ہونا ضروری ہے ؟

مجلاتی صحافت

مجلاتی صحافت کی اصطلاح لفظ 'مجلہ' سے وضع کی گئی ہے ۔ 'مجلہ' انگریزی کے لفظ "میگزین" کا ترجمہ ہے ، جس کے معانی بہت وسیع ہیں ۔ 'میگزین' میں عموماً مندرجہ ذیل اقسام کا مطبوعہ مواد شامل ہوتا ہے :

۱ - روزانہ اخباروں کے میگزین سیکشن ، جنھیں ہم قسمت علمی و ادبی یا سنڈے ایڈیشن کا نام دیتے ہیں ۔

۲ - ہفت روزہ اخبار

۳ - ہر قسم کے پندرہ روزہ ، ماہانہ ، دو ماہی ، سہ ماہی رسالے۔

ایک زمانہ تھا جب مجلاتی صحافت آسان کام تھا اور جس شخص کو تحریر و ترتیب میں تھوڑا سا درک ہوتا وہ اس میں کامیاب ہو جاتا ، لیکن بڑھتی ہوئی اشاعتوں ، عوام کے بڑھتے ہوئے پیچ در پیچ مسائل اور علوم کے پھیلاؤ نے اس میں ایسی وسعت اور گہرائی پیدا کر دی ہے کہ اب اس میں صرف وہی لوگ کامیاب رہتے ہیں جن میں کام کی بے پناہ صلاحیت ہو ، جن کا ذہن چوکنا ہو اور جن کی معلوماتِ عامہ کا دائرہ وسیع ہو ۔

ایڈیٹر کے اوصاف

سٹراس بورگ میں منعقدہ بین الاقوامی صحافتی مذاکرہ میں "ریڈرز ڈائجسٹ" کے فرانسیسی ایڈیشن کے مدیر پئیر ڈینوا (Pierre Denoyer) نے کہا کہ مجلاتی ایڈیٹر میں تین اوصاف کا ہونا ضروری ہے : اعلیٰ ذہنی تہذیب و تحسین ، اعلیٰ فنی تربیت اور اخلاقی تعلیم :

— اعلیٰ ذہنی تہذیب و تحسین سے مراد یہ ہے کہ علم و ادب اور عمرانی علوم میں گہرا مطالعہ ہو اور ایک آدھ غیر ملکی زبان میں بھی دسترس حاصل ہو ۔

— اعلٰی فنی تربیت میں یہ چیزیں شامل ہیں : کسی مواد کو نئے قالب میں ڈھالنے اور اختصار سے پیش کرنے کا فن ، طباعت کے مختلف طریقوں سے آگہی ، فوٹو گرافی میں دسترس ، رنگین طباعت کے فن سے واقفیت ۔

— اخلاقی تعلیم میں عوامی بہبود کا احساس اور صحافتی اخلاقیات سے واقفیت کے عناصر شامل ہیں ۔

— فرگوسن نے اوصاف کو دو حصوں میں تقسیم کیا ہے— عمومی اوصاف اور خصوصی اوصاف ۔

عمومی اوصاف

۱ - **قارئین کی نبض شناسی :** ایڈیٹر کو معلوم ہو کہ اُس کے قارئین کس کس قسم کے لوگوں پر مشتمل ہیں ۔ وہ کیا سوچتے ہیں ؟ کیا چاہتے ہیں ؟ اُن کے مسائل کیا ہیں ؟ اُن کی زندگی کیسے گزرتی ہے ؟ وہ رسالے یا اخبار سے کس طرح وابستہ ہیں ؟

۲ - **قوت فیصلہ :** مجلاتی ادارت کے ہر مرحلے میں ایک ایسا لمحہ بھی آتا ہے جب فوری فیصلے کی ضرورت ہوتی ہے ، اس لیے ایڈیٹر میں قوت فیصلہ موجود ہو اور پھر ذمہ داری لینے کی جرأت ہو ۔ اس کے بغیر ادارت ممکن نہیں ۔

۳ - **تصور کی صلاحیت :** تصور سے مراد Visualisation ہے ۔ یعنی ایڈیٹر اپنے ذہن میں یہ نقشہ جما سکے کہ صفحات کیسے لگیں گے ، کس قسم کی کتابت یا ٹائپ سے رونق پیدا ہو گی ، کتنی تزئین درکار ہو گی ، کون سی تصاویر مناسب رہیں گی ، تصویر کو مزید ڈرامائی انداز دلانے کے لیے کتنی کاٹ چھانٹ کی ضرورت ہو گی اور کس قسم کے خاکے مضمون کے تاثر کو دوبالا کریں گے ۔

۴ - **مقررہ وقت پر کام کی قابلیت :** پروڈکشن یا تیاری کے کئی مراحل ہوتے ہیں ۔ ہر مرحلے کا وقت مقرر ہوتا ہے ۔ جسے حد آخر یا Deadline کہتے ہیں ۔ اس سے پہلے اُس مرحلے کی تیاری ضروری ہے ۔ ایڈیٹر میں یہ صلاحیت موجود ہونی چاہیے کہ وہ ہر مرحلے پر حد آخر کا خیال رکھے ۔ یہی نہیں ، اُسے لمبے عرصے کی منصوبہ بندی بھی کرنا ہو گی ۔

۵ - **لکھنے والوں سے رابطہ :** ایڈیٹر کو معلوم ہونا چاہیے کہ لکھنے والوں سے رابطہ کس طرح پیدا کیا جاتا ہے - اُنھیں کیسے اپنے مطلب کی چیز لکھنے کے لیے آمادہ کیا جاتا ہے اور مضمون وقت پر حاصل کرنے کے لیے کون سے جتن کرنے پڑتے ہیں - پھر اُس میں یہ قابلیت بھی ہو کہ وہ نئے لکھنے والوں کی صلاحیتوں کو بھانپ سکے کیونکہ اکثر ایسا ہوتا ہے کہ نئے لکھنے والے پرانے لکھنے والوں پر بازی لے جاتے ہیں -

خصوصی اوصاف

۱ - **ابلاغ کا فن :** اگر ایڈیٹر کو ابلاغ کے فن پر عبور ہوگا تو صفحات بولتے نظر آئیں گے - ہر مضمون کی طرف توجہ خود بخود کھنچے گی - ایسا مواد پیش کرنا چاہیے جو قارئین کو وہ باتیں بتائے جو وہ معلوم کرنے کے متمنی ہیں یا دوسرے لفظوں میں اُن کی معلومات میں اضافہ کریں ، تفریح کا سامان فراہم کریں اور اُنھیں حالات سے مقابلے کے لیے حوصلہ دیں - پھر ہر بات ایسے انداز میں کہی جائے کہ دلوں میں اُترتی جائے - جو مواد شائع ہو وہ مجلے کے عمومی کردار اور پالیسی سے ہم آہنگ ہو -

۲ - **زبان پر عبور :** بہترین مسودات میں بھی کچھ ایسے فقرے ہوتے ہیں جن سے مطلب واضح نہیں ہوتا - انھیں دوبارہ لکھنا ہوتا ہے - مشکل الفاظ کی جگہ آسان لفظ دینے ہوتے ہیں - اس سے مضمون پڑھنے والے اور سمجھنے والے لوگوں کی تعداد بڑھ جاتی ہے -

۳ - **ڈیزائن کے اُصول سے آگہی :** مواد خواہ کتنا ہی اچھا کیوں نہ ہو اگر ڈیزائن پُرکشش نہیں تو وہ کسی کام نہیں آتا اور لکھنے والوں کی ساری محنت اکارت جاتی ہے - ایڈیٹر میں یہ خوبی موجود ہونی ضروری ہے کہ وہ صفحات پر مختلف عناصر یوں ترتیب دے کہ وہ نظر کو بھلے معلوم ہوں - اُس میں یہ حس موجود ہو کہ کس طرح تناسب پیدا ہوتا ہے اور کس طرح عدم تناسب - کس طرح توازن وجود میں آتا ہے اور کس طرح عدم توازن - صفحے پر نظر پہلے کہاں پڑتی ہے اور پھر کس طرح باقی مقامات تک پہنچتی ہے - ان سب امور کا علم ''لے آؤٹ'' (layout) یعنی صفحات پر مواد کی ترتیب و تزئین کے لیے ضروری ہے -

پروڈکشن کے عمل سے واقفیت : پروڈکشن کے عمل میں کتابت یا ٹائپ کے طریقے ، تصویروں ، خاکوں ، نقشوں اور ڈیزائن کے دوسرے نمونوں کی تیاری ، طباعت ، تہ بندی اور جلد بندی شامل ہیں ۔ ان امور کا علم ہو تو ایڈیٹر طریقہ ہائے طباعت کے تمام مواقع سے پورا پورا فائدہ اٹھا سکتا ہے ۔

ادارتی منصوبہ بندی

رسائل اور ہفت روزہ اخباروں کے معیار کو بلند رکھنے کا طریقہ یہ ہے کہ ماہناموں کے لیے کم از کم چھ مہینے اور ہفت روزہ اخباروں کے لیے کم از کم چھ ہفتے کے شماروں کے بارے میں پہلے سے طے کر لیا جائے کہ ان میں کس ترتیب سے اور کس کس قسم کا مواد آئے گا اور انھیں کون لکھے گا ۔ اسی کو ادارتی منصوبہ بندی کہتے ہیں اور دنیا بھر کے اچھے رسائل میں اس کا رواج ہے ۔

منصوبہ بندی کے فوائد

۱ ۔ رسالے یا اخبار کی شخصیت اور چہرے مہرے کو قائم رکھنے میں مدد ملتی ہے ۔

۲ ۔ ہر رسالے اور اخبار کے پیش نظر ایک خاص مقصد اور پیغام ہوتا ہے ۔ لمبے عرصے کی منصوبہ بندی سے اس مقصد اور پیغام کو آگے بڑھانے میں آسانی ہو جاتی ہے ۔

۳ ۔ جہاں منصوبہ بندی نہیں ہوتی وہاں جلدی میں ہر قسم کا رطب و یابس بھرتی کر دیا جاتا ہے ، اس طرح معیار گر جاتا ہے ۔ منصوبہ بندی معیار قائم رکھنے میں مدد دیتی ہے ۔

۴ ۔ ادارتی منصوبہ بندی کا ایک پہلو یہ بھی ہے کہ مضامین اور تصاویر کا ایک ایسا محفوظ ذخیرہ رکھا جاتا ہے جو ہنگامی صورت حال میں کام آ جاتا ہے ۔ مثلاً کوئی فیچر وقت پر تیار نہیں ہوتا ۔ کوئی لکھنے والا اچانک بیمار پڑ جاتا ہے یا فوٹوگرافر پر کوئی ایسی بپتا پڑتی ہے کہ وہ کسی فیچر کی تصاویر نہیں لے سکتا ،

ایسے میں ذخیرے میں سے کوئی اچھا سا فیچر نکال کر استعمال کر لیا جاتا ہے۔

۵ - لکھنے والے بہتر کام کر سکتے ہیں کیونکہ انہیں کافی عرصہ پہلے کہہ دیا جاتا ہے کہ فلاں شمارے کے لیے فلاں وقت تک مضمون درکار ہے۔

بہر حال منصوبہ بندی کو ان معنوں میں کوئی قطعیت حاصل نہیں ہوتی کہ اس سے انحراف نہ ہو سکے۔ ہفت روزہ اخباروں اور سنڈے ایڈیشنوں میں اکثر یہ ضرورت پیش آتی ہے کہ عین وقت پر کوئی نیا فیچر تیار کر کے چھاپ دیا جائے۔ ایسے میں منصوبہ بندی سے انحراف ضروری ہو جاتا ہے۔

منصوبہ بندی کیسے ہوتی ہے ؟

منصوبہ بندی کے لیے ایک کانفرنس ہوتی ہے جس میں ڈائریکٹر آف پالیسی (اگر ہو تو)، ایڈیٹر، اس کے معاونین اور کچھ مستقل مقالہ نگار شامل ہوتے ہیں۔ لیکن ایڈیٹر کانفرنس کے انعقاد سے چند روز پہلے مندرجہ ذیل دستاویزات تیار کر کے ارکان کو بھیج دیتا ہے:

۱ - گزشتہ چھ شماروں کے مواد کا ایک جائزہ، جس میں بتایا جاتا ہے کہ کن کن موضوعات پر پڑھنے کا کتنا مواد پیش کیا گیا۔ اس سے تمام خلا واضح ہو جاتے ہیں۔

۲ - اس جائزے کے بارے میں ایڈیٹر کا رد عمل اور تجاویز۔

۳ - قارئین کے رد عمل کا ایک جائزہ، یہ ذاتی روابط اور خطوط بنام مدیر کی بنیاد پر مرتب ہوتا ہے، اور جہاں ذرائع وسیع ہوں قارئین سے باقاعدہ استصواب رائے کیا جاتا ہے۔

۴ - اگلے چھ شماروں کے مواد کے لیے ایک منصوبہ جس میں ان امور کا خیال رکھا جاتا ہے:

الف - موسمی اور مذہبی تیوہار۔

ب - واقعات اور شخصیات کی برسیاں۔

ج - خبری اہمیت کے موضوعات۔

د - وہ موضوعات جن پر خصوصی فیچر یا مضامین لکھوانے کا ارادہ ہو۔

۵ - نئے مستقل یا کبھی کبھی درج ہونے والے فیچر -

یہ سارا منصوبہ شمارہ وار بنایا جاتا ہے -

کانفرنس کے تمام شرکا ان دستاویزات کا مطالعہ کر کے آتے ہیں - پھر تبادلۂ خیالات ہوتا ہے - منصوبے میں مناسب ترامیم کی جاتی ہیں اور اُسے آخری صورت دے دی جاتی ہے - بہر حال اس سے یہ مراد نہیں کہ اسے قطعی اور آخری فیصلہ قرار دیا جاتا ہے - ایڈیٹر چاہے تو حالات اور ضروریات کے مطابق اس میں رد و بدل کر سکتا ہے -

کیسا مواد دیا جائے

مواد کی نوعیت معین کرنے کے لیے سب سے پہلے یہ دیکھا جاتا ہے کہ اخبار یا رسالہ کس قسم کا ہے ، اور اقسام کا کوئی شمار نہیں - مثلاً کسی خاص دائرہ تخصص سے تعلق رکھنے والا تحقیقی رسالہ ، علمی و ادبی مجلہ ، عوام پسند ادبی رسالہ ، آرٹ کا رسالہ ، ڈائی جسٹ رسالہ ، نیوز میگزین ، سیاسی و ادبی ہفت روزہ ، روز نامے کا سنڈے ایڈیشن ، صرف افسانوں پر مشتمل ماہنامہ ، عورتوں ، بچوں ، طالب علموں یا فلم بینوں کے رسائل ، تجارتی رسالہ ، ہاؤس جرنل ، کالج میگزین ، طبی رسالہ ، دینی رسالہ ، عمومی یا خصوصی نوعیت کے سرکاری جرائد وغیرہ -

پھر یہ دیکھنا ہوتا ہے کہ رسالے کا مقصد کیا ہے - اضافۂ معلومات ، ذہنی تربیت یا تفریح یا تینوں ؟ اور سب کے لیے یا معاشرے کے کسی ایک گروہ کے لیے ؟

جب نوعیت اور مقصد دونوں واضح ہو جائیں تو پھر یہ دیکھنا ہوتا کہ قارئین کس قسم کے افراد پر مشتمل ہیں - تحقیقی رسالے کے پڑھنے والے چند پروفیسر اور دانشور ہی ہوں گے - اعلیٰ علمی و ادبی رسالہ وہی لوگ پڑھتے ہیں جن کا ذوق اعلیٰ ہو - ایک عوام پسند ادبی رسالہ کے قارئین تعداد میں بہت زیادہ ہوتے ہیں - نسوانی رسالے کو لڑکیاں ، عورتیں ، بڑی بوڑھیاں ، طالبات ، گھریلو بیبیاں ، تعلیم یافتہ خواتین ، اور معاشری کارکن عورتیں پڑھتی ہیں - نیوز میگزین کو زیادہ تر وہی لوگ ترجیح دیتے ہیں جو روز ناموں کا گہرا مطالعہ کرنے کی جگہ تمام معلومات ہر ہفتے

ایک ہی رسالے میں دیکھنا چاہتے ہیں ۔ اخبارات کے سنڈے ایڈیشن پڑھنے والوں میں ہر علمی سطح کے لوگ شامل ہوتے ہیں ۔ یہی حال ڈائی جسٹ رسالوں کے قارئین کا ہے ۔ ہاؤس جرنل کو صرف ایک خاص فرم کے ملازمین پڑھتے ہیں ۔

اب یہ سوال پیدا ہوتا ہے کہ ان قارئین کی ضروریات کا اندازہ کیسے کیا جائے ۔ جہاں تک محدود مقاصد اور محدود قارئین والے رسالوں کا تعلق ہے ایسا اندازہ کرنا آسان ہے ، لیکن جب ہم سنڈے ایڈیشن یا عام پسند ہفت روزہ اخبار یا کسی ڈائی جسٹ رسالے کے قارئین کی ضروریات کا اندازہ کرنا چاہتے ہیں تو مشکل میں پڑ جاتے ہیں کیونکہ ان کے ذوق بہت متنوع ہوتے ہیں اور کوشش یہ ہوتی ہے کہ سب کے ذوق کی آسودگی کا سامان فراہم کیا جائے ۔ اس سلسلے میں یہ چند اصول بنیادی اہمیت کے حامل ہیں : توازن ، جامعیت ، مؤثر ابلاغ ۔

توازن : زیادہ تر جگہ ایسے مواد کو دی جاتی ہے ۔ جس میں قارئین کی غالب اکثریت دلچسپی لیتی ہے ۔ پھر ایسے موضوع آتے ہیں جن میں قارئین کے بعض گروہ تو بہت دلچسپی لیتے ہیں اور بعض انھیں پڑھنے کی تکلیف ہی گوارا نہیں کرتے ۔ ان موضوعات کو نہ نظر انداز کیا جا سکتا ہے نہ زیادہ دیا جا سکتا ہے ۔ اور یہ بھی بنیادی امر ہے کہ قارئین کے سب گروہوں کے مفادات کا خیال رکھا جائے ایسے میں موضوعات کی پیشکش میں مختلف دلچسپیوں اور مفادات کے درمیان توازن قائم رکھنا ضروری ہو جاتا ہے ۔

جامعیت : اس کا مطلب یہ ہے کہ دلچسپی کے نت نئے زاویے تلاش کیے جائیں ۔ ایڈیٹر اپنے آپ سے یہ سوال پوچھتا ہے :

الف ۔ جو موضوع ہم نظر انداز کر رہے ہیں اُس کے لیے کون سے مواقع موجود ہیں ؟

ب ۔ قارئین کو کن ایسے نئے تجربات سے گزرنا پڑتا ہے جنھیں موضوع بنایا جا سکتا ہے ؟

ج ۔ آیا قارئین کی زندگی میں کوئی نئی تبدیلی رونما ہوئی ہے ؟

د ۔ اُن کے اہم ترین مسائل کون کون سے ہیں ؟

ان کے جوابات سے نئے موضوع اُبھریں گے اور ان موضوعات پر مواد مہیا کر کے جامعیت پیدا کی جا سکتی ہے ۔

جامعیت کا ایک اور مطلب یہ ہے کہ پرانے اور تازہ قارئین ہی کی ضروریات کا خیال نہ رکھا جائے ۔ یہ بھی سوچا جائے کہ نئے قارئین کیسے حاصل کیے جائیں ۔ اس کے لیے معاشرے کے دوسرے گروہوں کے مفادات کی چھان بین درکار ہوتی ہے ۔

مؤثر ابلاغ : مؤثر ابلاغ کا مطلب یہ ہے کہ جو پیغام یا معلومات پہنچانا مقصود ہو وہ واقعی قارئین تک پہنچ جائے ۔ یہ نہ ہو کہ عنوان سے کچھ پتا نہ چلے ۔ طرز بیان اتنا اُلجھا ہؤا ہو کہ پڑھنے والا پریشان ہو کر رہ جائے یا تصاویر ایسی ہوں جنھیں سمجھنے کے لیے غور سے دیکھنا یا سوچنا پڑے ۔ ان میں سے ہر چیز اتنی سادہ اور اتنی واضح ہونی چاہیے کہ قاری کے دماغ پر بوجھ نہ پڑے اور وہ ہر بات آسانی سے سمجھ لے ۔

مسودات کا حصول

مسودات تین ذرائع سے آتے ہیں ۔ قارئین سے ، عملۂ ادارت کے ارکان سے اور بیرونی لکھنے والوں سے ۔

قارئین سے آنے والے خطوط میں اکثر دلچسپ چیزیں مل جاتی ہیں ۔ ان میں کچھ ''خطوط بنام مدیر'' میں شامل کی جاتی ہے ۔ کبھی قارئین سے کہا جاتا ہے کہ وہ کسی ایک موضوع پر اپنے خیالات قلمبند کریں اور ان سب کا اختصار چھاپ دیا جاتا ہے ۔ کبھی دلچسپ اور غیر معولی واقعات کے لیے ایک مستقل کالم مخصوص کر دیا جاتا ہے ۔ ان سب تحریروں کی درستی پر محنت ہوتی ہے ۔ کبھی کبھی اُنھیں دوبارہ بھی لکھنا پڑتا ہے کیونکہ قارئین مواد تو فراہم کر دیتے ہیں لیکن اُنھیں اسلوب تحریر پر خاص عبور نہیں ہوتا ۔

عملہ ادارت کے ارکان میں ایڈیٹر کو قدرتی طور پر سر فہرست حیثیت حاصل ہوتی ہے ۔ روز ناموں کے سنڈے ایڈیشنوں کے سوا باقی ہر قسم کے ہفت روزہ جرائد یا دوسرے رسائل میں ایک مقالۂ افتتاحیہ ضرور ہوتا ہے ۔

جو ایڈیٹر لکھتا ہے - بعض ایڈیٹر اس کے ذریعے سے مندرجات کا تعارف کراتے ہیں - بعض کسی ایک بڑے فیچر کے بارے میں بتاتے ہیں کہ اسے کیسے حاصل اور مرتب کیا گیا لیکن زیادہ تر ایسے اداریوں میں کسی اہم مسئلے پر اظہار خیال کیا جاتا ہے - بعض ایڈیٹروں کا اسلوب تحریر غیر رسمی ہوتا ہے لیکن اس میں خصوصی مہارت درکار ہوتی ہے -

عملہ ادارت کے بعض ارکان مستقل کالم یا فیچر لکھتے ہیں اور آہستہ آہستہ قارئین کی نظر میں ایک ایسا مقام حاصل کر لیتے ہیں کہ اُن کی تحریر کا انتظار کیا جاتا ہے -

عمومی دلچسپی کے مضامین زیادہ تر بیرونی لکھنے والوں سے حاصل کیے جاتے ہیں - ہر ایڈیٹر چند اچھے لکھنے والوں سے رابطہ قائم رکھتا ہے - اُسے ان میں سے ہر ایک کی صلاحیتوں کا علم ہوتا ہے - کوئی سنجیدہ معاشری مسائل پر اچھا لکھتا ہے ، کسی کو تہذیبی اور ثقافتی موضوعات میں خاص درک ہوتا ہے اور کوئی مزاحیہ مضامین لکھ سکتا ہے - ہر شخص کو اس کے ڈھب کا موضوع دیا جاتا ہے - تکنیکی موضوعات پر بڑی مشکل پیش آتی ہے - کیونکہ جنھیں ان کا پورا علم ہوتا ہے انھیں اکثر تحریر پر عبور نہیں ہوتا - ایسے میں ایڈیٹر کسی اچھے لکھنے والے سے کہتا ہے کہ وہ متعلقہ ماہر سے انٹرویو کرے - اس طرح دونوں کی محنت سے ایک ایسا مضمون تیار ہو جاتا ہے جس میں تکنیکی امور صحت کے ساتھ موجود ہوتے ہیں اور انداز بیان بھی ایسا ہوتا ہے کہ ہر شخص سمجھ لیتا ہے - پھر ایڈیٹر اس ٹوہ میں بھی رہتا ہے کہ نئے لکھنے والے دریافت کیے جائیں - بسا اوقات ایسا ہوتا ہے کہ کسی موضوع پر ایک نوجوان لکھنے والا کسی کہنہ مشق ادیب سے بہتر لکھ لیتا ہے -

لکھنے والوں سے رابطے کے آداب

اگر لکھنے والوں سے فرمائش کے بعض آداب پر عمل کیا جائے تو بہتر کام لیا جا سکتا ہے ، یہ آداب ملاحظہ ہوں :

۱ - جس موضوع پر مضمون درکار ہو اُسے عنوان کی صورت میں نہیں ، دو چار فقروں کی صورت میں ظاہر کیا جائے کہ کس انداز کی

معلومات درکار ہیں اور کس نقطۂ نگاہ سے لکھنا مطلوب ہے -

۲ - یہ بتایا جائے کہ مضمون کتنا لمبا ہو - مثلاً ایک ہزار الفاظ ، ڈیڑھ ہزار الفاظ - اس سے لکھنے والے کے لیے یہ آسانی پیدا ہو گی کہ وہ ساری بات جچے تلے انداز میں کہہ سکے گا -

۳ - وہ تاریخ بتائی جائے جو حد آخر مقرر کی گئی ہے - اس کا مطلب یہ ہو گا کہ مضمون فلاں تاریخ تک ایڈیٹر کو مل جائے - حد آخر کے تعین میں دو باتیں پیش نظر رکھی جائیں - اول : لکھنے والے کو کافی وقت مل جائے، دوم : اگر وہ کسی ناگزیر وجہ کی بنا پر اپنا وعدہ پورا نہ کر سکے تو متبادل انتظام ممکن ہو -

۴ - اگر ایڈیٹر کو اس موضوع کے بارے میں بعض ذرائع معلومات کا علم ہو تو بتا دے -

۵ - یہ بتایا جائے کہ معاوضہ کیا ہو گا -

۶ - ایک آدھ تحریری یاد دہانی کرائی جائے -

غیر ممالک میں بہت کم ایسے رسالے موجود ہیں جو معاوضہ نہیں دیتے - پاکستان میں زیادہ رسالے ایسے ہیں جو مالی مشکلات کی بنا پر بلا معاوضہ مضامین لیتے ہیں - ایسے میں ایڈیٹر کا کام بہت مشکل ہو جاتا ہے کیونکہ مہنگائی کے اس دور میں شاید ہی کوئی اچھا لکھنے والا اتنی بڑی قربانی دے سکتا ہے - بہرحال اچھے لکھنے والوں کی بھی کچھ کمزوریاں ہوتی ہیں جن سے ایک جہاں دیدہ ایڈیٹر فائدہ اٹھا سکتا ہے - مثلاً لکھنے والا شہرت اور نیک نامی چاہتا ہے - ایڈیٹر اُس کی تصویر چھاپے اور اس کے مضمون کی تعریف میں آنے والے خطوط شائع کرے تو اُسے کسی حد تک مطمئن کیا جا سکتا ہے لیکن روز بروز یہ طریقہ بھی بے اثر ہو رہا ہے اور اچھے لکھنے والے تو درکنار ، نو عمر لکھنے والے بھی تحریر کو معاش کا ذریعہ بنانا چاہتے ہیں ، اس لیے معاوضہ دیے بغیر کوئی عوام پسند رسالہ یا اخبار اپنا معیار بلند نہیں رکھ سکتا -

خود بخود آنے والے مضامین

ہر ایڈیٹر کی ڈاک میں اکثر ایسے مضامین آتے ہیں جن کے لیے کوئی فرمائش نہیں کی جاتی اور ایڈیٹر لکھنے والے کو بھی نہیں جانتا ۔ ان میں زیادہ تر مضمون پہلی نظر ہی میں ناقابلِ اشاعت نظر آتے ہیں ۔ بعض ایڈیٹر انھیں ردی کی ٹوکری میں ڈال دیتے ہیں ، بعض واپس کر دیتے ہیں ۔ واپسی کی صورت میں ایک چھوٹا سا مطبوعہ رقعہ منسلک ہوتا ہے جس کا متن اس قسم کا ہوتا ہے :

> ”ایڈیٹر آپ کا ممنون ہے کہ آپ نے منسلکہ
> مضمون ارسال فرمایا لیکن اُسے افسوس ہے
> کہ بعض وجوہ کی بنا پر اسے چھاپنے سے
> قاصر ہے“۔

کبھی کبھار ایسا مضمون بھی آ جاتا ہے جس کی اشاعت پر غور کیا جا سکتا ہے ۔ ایڈیٹر مندرجہ ذیل سوالات اپنے ذہن میں رکھ کر اس کا مطالعہ کرتا ہے :

۱ ۔ جو خیال یا حقائق اس مضمون میں پیش کیے گئے ہیں آیا وہ میرے قارئین کے لیے اہمیت کے حامل ہیں ؟

۲ ۔ کیا تحریر واضح ہے ؟

۳ ۔ فقرے سادہ ہیں ؟

۴ ۔ کیا لکھنے والے کا ماضی الضمیر فوراً واضح ہو جاتا ہے ؟

۵ ۔ کیا اسے پڑھتے ہوئے ذہن میں تمام جزئیات کی تصویریں کھنچتی چلی جاتی ہیں ؟

۶ ۔ کیا لکھنے والے نے اسے ایک ایسا شخصی رنگ دیا ہے کہ زیادہ سے زیادہ قارئین اپنے آپ کو اس موضوع سے وابستہ خیال کریں ۔

اگر ان کا جواب اثبات میں ہو تو مضمون قابل اشاعت ہے ۔ ایسے میں مناسب ہے کہ لکھنے والے کو اطلاع دے دی جائے کہ یہ مضمون فلاں شمارے میں آئے گا ۔

نوک پلک کی درستی

پریس یا شعبۂ کتابت کے سپرد کرنے سے پہلے مضامین کی نوک پلک درست کرنا ضروری ہے - اس میں یہ چیزیں شامل ہوتی ہیں :

۱ - **عنوان** اتنا پرکشش ہو کہ اُس کی طرف خود بخود توجہ کھنچے لیکن وہ متن سے پوری مطابقت رکھے -

۲ - **ابتدائیہ یا ابتدائی** پیرا ایسا ہونا چاہیے جسے پڑھ کر قارئین ایسے مائل ہوں کہ سارا مضمون پڑھ لیں -

۳ - آخری پیرا گراف کی تحریر میں یہ خیال رکھنا ضروری ہے کہ یا تو اس میں حاصل بحث بیان کیا ہو یا کوئی خیال انگیز بات کہ دی گئی ہو - بہر حال ایسا نہ ہو کہ آخری پیرے سے قاری محسوس کرے کہ مضمون اچانک ختم کر دیا گیا ہے -

۴ - لمبے پیرا گراف سپاٹ معلوم ہوتے ہیں اور پڑھنے والا ان سے اُکتا جاتا ہے اس لیے جہاں لمبا پیرا گراف ہو، اُسے دو یا تین حصوں میں تقسیم کر دیا جائے -

۵ - جہاں غیر معمولی دلچسپی کی کوئی بات ہو متعلقہ مضمون میں اُس پر نشان ڈال کر کاتب کو ہدایت دی جائے کہ اِسے حاشیہ چھوڑ کر خفی یا نسخ میں دیا جائے - ایک لمبے مضمون میں ایسی چند چیزیں نمایاں ہو جائیں تو پڑھے جانے کے مواقع بڑھ جاتے ہیں -

۶ - زبان کی نوک پلک درست کی جائے - املا کی غلطی ہو تو اُسے درست کیا جائے - کوئی فقرہ اُلجھا ہوُا ہو تو اُسے سلجھایا جائے -

۷ - مسودہ صاف ستھرا ہو - خط ایسا ہو کہ کاتب یا کمپوزیٹر اُسے آسانی سے پڑھ سکے - اگر کسی نہایت بد خط لکھنے والے کا مضمون ہو تو بہتر ہے کہ اس کی صاف ستھری نقل کرا لی جائے -

”لے آؤٹ“ اور اس کے مقاصد

”لے آؤٹ“ (Layout) صفحات کی ترتیب و تزئین کو کہتے ہیں اس کے مقاصد یہ ہیں :

۱ - قاری کی توجہ مبذول کرانا ”لے آؤٹ“ کا بنیادی مقصد ہے - یہی وجہ ہے کہ ہر صفحے کو اتنا خوبصورت بنایا جاتا ہے کہ قاری اُسے دیکھنے پر مجبور ہو جائے -

۲ - اس کے بعد کسی فیچر کا تعارف ایک اہم مقصد ہے ، کیونکہ جب تک تعارف نہ ہو گا قاری کو یہ معلوم نہ ہو سکے گا کہ اُس کی دلچسپی کا سامان فراہم کیا جا رہا ہے -

۳ - تیسرا مقصد یہ ہے کہ قاری مضمون پڑھنے پر مجبور ہو جائے - اس کے لیے تصاویر ، ادارتی نوٹ اور جلی حروف میں تعارفی جملے دیے جاتے ہیں - ان میں یا تو مضمون کی اہمیت بتائی جاتی ہے یا نمایاں نقوش دیے جاتے ہیں یا کوئی دلچسپ پہلو بے نقاب کیا جاتا ہے -

۴ - بہر حال کام یہیں ختم نہیں ہوتا - اب مقصد یہ ہے کہ اگر کسی نے پڑھنا شروع کیا ہے تو مضمون ختم کرکے دم لے - ایسا نہ ہو کہ بیچ میں چھوڑ دے - اس کے لیے اخبارات میں جلی اور نسخ حروف میں چند پیرے متن کے اندر دیے جاتے ہیں اور رسائل میں یہ خیال رکھا جاتا ہے کہ اگلے صفحات پر بھی کشش کا کوئی سامان موجود ہو -

۵ - ”لے آؤٹ“ کا آخری بڑا مقصد یہ ہے کہ اخبار یا ’مجلے‘ کی شخصیت اور کردار اُجاگر ہوں - ان دونوں کو اخبار یا مجلے کے مقاصد سے ہم آہنگ ہونا چاہیے -

اچھے ”لے آؤٹ“ کی پہلی پہچان یہ ہے کہ وہ بنیادی ڈیزائن سے ہم آہنگ ہو - دوسری پہچان یہ ہے کہ اُس میں نہ اتنی تزئین و آرائش ہو کہ اصل چیز ہی گم ہو جائے ، نہ اتنا سپاٹ اور بے رنگ ہو کہ توجہ نہ کھینچ سکے اور تیسری پہچان یہ ہے کہ بنیادی ڈیزائن کو برقرار

رکھتے ہوئے تزئین میں تنوع ہو -

"لے آؤٹ" کے عناصر

"لے آؤٹ" کے جن عناصر سے ایڈیٹر کام لیتا ہے وہ یہ ہیں : عنوان ، تعارفی جملہ ، ادارتی نوٹ ، مضمون نگار کا نام ، مضمون کا متن ، تصاویر ، خاکے اور ان کے عنوان - اب ہم ان کا الگ الگ تذکرہ کرتے ہیں -

عنوان : عنوان کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ وہ مضمون کے بارے میں کچھ بتائے - لیکن اچھا عنوان وہ ہے جس میں کچھ دلچسپی یا کشش موجود ہو یا جس سے قاری موضوع سے اپنے آپ کو وابستہ سمجھنے لگے - کچھ لوگ شعر میں عنوان دیتے ہیں - مثلاً

ایک وہ ہیں جنھیں تصویر بنا آتی ہے

یا

چند تصویر بتاں ، چند حسینوں کے خطوط

کبھی کبھی ایسے عنوان چھپ جاتے ہیں لیکن اکثر ایسا ہوتا ہے کہ قاری کے پلے کچھ نہیں پڑتا - اس لیے منظوم عنوانوں سے عام طور پر گریز ہی مناسب ہے -

یہ کہنا صحیح نہیں کہ چھوٹے عنوان اچھے ہوتے ہیں اور لمبے عنوان برے - چھوٹائی یا لمبائی خوبی کا معیار نہیں - اصل معیار عنوان کی بے ساختگی اور متن کی صحیح نمائندگی ہیں - ایسے عنوان بھی مؤثر ثابت ہوتے ہیں جن میں قاری سے براہ راست خطاب کیا جائے، مثلاً "آپ کی صحت" "کیا آپ کا بچہ ذہین ہے" ؟ وغیرہ -

عنوان کی کتابت میں بعض خوش نویس اپنے جوہر دکھاتے ہیں - فن خوش نویسی کے نقطۂ نگاہ سے دیکھیے تو ان کی خوبی میں شبہ نہیں ہوتا لیکن صحافتی معیار کو پیش نظر رکھتے ہوئے دیکھیے تو وہ نا مناسب معلوم ہوتا ہے کیونکہ یہاں سب سے بڑا معیار یہ ہے کہ آیا اسے آسانی سے پڑھا جا سکتا ہے یا نہیں ؟ کچھ اخباروں اور رسالوں میں عنوان کی کتابت اوپر سے نیچے کی طرف ہوتی ہے - یعنی پہلا لفظ اوپر، اس کے نیچے دوسرا لفظ ، اس کے نیچے تیسرا لفظ - یہ طریق کار صحیح نہیں - چھوٹی

تقطیع کے بعض رسائل کسی مضمون اور ڈیزائن کے لیے پورا صفحہ وقف کر دیتے ہیں ۔ اگر مضمون طویل ہو اور اسے رسالے کے اندر کتابچے کا رنگ دینا ہو یا اس میں کسی پوری کتاب کا خلاصہ دیا گیا ہو تو یہ عین مناسب بلکہ احسن ہے لیکن اس تکنیک کا اندھا دھند استعمال جگہ ضائع کرنے کے مترادف ہے ۔

تعارفی جملہ یا Blurb : تعارفی جملے کا مقصد مضمون کی تشہیر ہے اس لیے اس میں کوئی پر کشش یا دلچسپ فقرہ دیا جاتا ہے یا نہایت چابک دستی سے اور چست نثر میں مضمون کی تلخیص کر دی جاتی ہے ۔ اس میں تین چار سے زیادہ سطریں دی جائیں تو تاثر کھو بیٹھتا ہے ۔ اس کی پیش کش کے مختلف طریقے رائج ہیں ۔ مثلاً عنوان کے اوپر جلی حروف میں ایک یا دو سطریں یا عنوان کے اوپر لیکن دائیں جانب دو چھوٹی سطریں ۔ یا عنوان کے نیچے تین چار سطروں کا ایک چوکھٹا ۔ یہی چوکھٹا بعض اخباروں میں صفحے کے وسط میں یا صفحے کے نیچے دے دیا جاتا ہے ۔ ایک ہی اخبار میں مختلف مضامین کے لیے مختلف طریقوں سے تعارفی جملے درج کیے جاتے ہیں اور اگر مزید تنوع مطلوب ہو تو انھیں سرخ یا کسی اور رنگ میں دے دیا جاتا ہے ۔

ادارتی نوٹ : ادارتی نوٹ کا مقصد بھی قریب قریب وہی ہے جو تعارفی جملے کا ہوتا ہے لیکن فرق یہ ہے کہ ادارتی نوٹ اس سے طویل تر ہوتا ہے ۔ بعض اوقات یہ ایک پورے پیرے کی صورت میں ہوتا ہے ، نیز اس میں ایڈیٹر قارئین سے خطاب کرتے ہوئے انھیں بتاتا ہے کہ مضمون اہم ہے ۔ ادارتی نوٹ چوکھٹے یا بغیر چوکھٹے کے دیا جاتا ہے ۔ اس کی کتابت جلی یا نسخ حروف میں کی جاتی ہے ۔ بعض اوقات متن جیسی کتابت ہوتی ہے لیکن اس میں دونوں طرف حاشیہ چھوڑا جاتا ہے اور بین السطور زیادہ جگہ خالی رکھی جاتی ہے ۔ اس طرح ایک تو کتابت متن کی کتابت سے ہم آہنگ رہتی ہے دوسرے حاشیہ چھوڑنے اور بین السطور جگہ خالی رکھنے کی وجہ سے باقی مضمون سے مختلف بھی ہو جاتی ہے ۔

متن : متن میں تنوع یوں پیدا کیا جاتا ہے کہ اسے چھوٹے چھوٹے

پیراگرافوں میں تقسیم کیا جاتا ہے ۔ اس طرح صفحے پر زیادہ سفید جگہ ہونے کی وجہ سے یہ روشن ہو جاتا ہے ۔ مزید تنوع کے لیے بعض خاص طور پر دلچسپ پیروں کو نسخ ، جلی یا حاشیہ چھوڑ کر عام کتابت سے نمایاں کیا جاتا ہے لیکن اگر اس میں زیادتی ہو جائے تو تاثر کم ہو جاتا ہے ۔ بڑی تقطیع کے اخبار یا رسالے زیادہ تنوع پیدا کر سکتے ہیں لیکن چھوٹی تقطیع کے رسائل میں اس تکنیک کو احتیاط سے برتا جاتا ہے ۔

تصاویر : تصاویر سے بصری کشش میں اضافہ ہوتا ہے ۔ مطالب کا دائرہ وسیع ہو جاتا ہے ۔ بعض رسائل یا اخبار تصویری فیچر بھی دیتے ہیں ۔ ان میں یا تو متن ہوتا ہی نہیں اور اگر ہوتا ہے تو بہت مختصر ۔ جب متن نہ ہو تو تصاویر کی طویل سرخیاں دینے میں کوئی مضائقہ نہیں ۔ [تصاویر کے بارے میں مزید معلومات تصویری صحافت کے باب میں دیکھیے گا] ۔

خاکے : جب کسی مضمون کے لیے تصاویر موجود نہ ہوں تو صفحے کو پر رونق بنانے کے لیے حسب ضرورت نقشے ، خاکے اور گراف استعمال کیے جاتے ہیں ۔ ان کی تیاری آرٹسٹ کے سپرد ہوتی ہے ۔ ایڈیٹر یا اس کا کوئی معاون آرٹسٹ کو بتاتا ہے کہ فلاں قسم کے خاکے مطلوب ہیں ۔ اس کے بعد آرٹسٹ مضمون پڑھتا ہے اور پھر موضوع کی مناسبت سے خاکے بنا دیتا ہے ۔ افسانوں کے لیے سنجیدہ قسم کے سکیچ یا خاکے بنائے جاتے ہیں ۔ اور اُن کے نیچے جو سرخی دی جاتی ہے وہ عام طور پر افسانے کے متن سے اقتباس کی جاتی ہے ۔ بعض فیچروں میں مزاحیہ خاکے دیے جاتے ہیں ۔ کبھی کبھی یوں بھی ہوتا ہے کہ خاکوں سے کوئی خاص معنی اخذ نہیں ہوتے ۔ مثلاً درزیوں کے کام پر کوئی فیچر ہو تو اس میں کہیں کہیں سلائی کی مشین ، قینچی وغیرہ کے خاکے دیے جاتے ہیں ۔ ان کا مقصد صرف یہ ہوتا ہے کہ کتابت شدہ مواد کا سپاٹ پن ٹوٹے ، کچھ رونق پیدا ہو تو مضمون پڑھنے میں قدرے آسانی پیدا ہو جائے ۔ ایسے خاکوں کی جگہ کے تعین کے بارے میں کوئی خاص قاعدے موجود نہیں ہیں ۔ ایڈیٹر اور آرٹسٹ خوش ذوق ہوں تو انھیں متناسب اور متوازن طریقے سے دے کر صفحے کو خوبصورت بنا لیتے ہیں ۔

مضمون نگار کا نام: مضمون نگار کے نام کے لیے انگریزی اصطلاح بائی لائن (By-Line) اردو اخباروں اور رسالوں میں بھی رائج ہے۔ بعض رسالے یا اخبار سٹاف کے لکھے ہوئے مضامین پر نام نہیں دیتے یا خصوصی کالم ہو تو اس پر قلمی نام دے دیتے ہیں۔ بہر حال بیرونی لکھنے والوں کے نام ضرور دیے جاتے۔ ہیں ان کے بارے میں خیال رکھا جاتا ہے کہ نام کے ہجے صحیح ہوں اور نام اسی انداز میں دیا جائے جو مضمون نگار کو پسند ہو۔ مثلاً اگر مسٹر اے ڈی اظہر، احمد الدین اظہر لکھنا پسند کریں تو یہ نہ ہو کہ ان کے مضمون یا کلام پر اے ڈی اظہر لکھ دیا جائے۔ مضامین پر نام عنوان کے اوپر دائیں جانب یا عنوان کے نیچے بائیں جانب لکھا جاتا ہے۔ لے آؤٹ کا اصول یہ ہے کہ تمام ناموں کی کتابت ایک ہی قلم سے ہو۔ لیکن اس سے انحراف بھی کر لیا جاتا ہے۔ چھوٹے چھوٹے خطوط میں لکھنے والے کا نام ہمیشہ آخر میں دیا جاتا ہے۔

مواد کی ترتیب

کتابت شدہ مواد اور تصاویر کی ترتیب کا خاکہ پہلے سے تیار ہوتا ہے۔ مستقل عنوانات کے لیے مستقل جگہیں مخصوص ہوتی ہیں۔ جو صفحات بچتے ہیں ان میں مواد کو اس طرح ترتیب دی جاتی ہے کہ ہلکے پھلکے یا ٹھوس مضامین کسی ایک جگہ مرتکز نہ ہو جائیں اگر ایک ہلکا پھلکا مضمون ہے تو اس کے بعد ایک ٹھوس مضمون دیا جا سکتا ہے اور اس طرح باقی رسالے میں توازن قائم رکھا جاتا ہے۔ سنڈے ایڈیشنوں میں اہم ترین اور دلچسپ ترین فیچر صفحۂ اول پر دیا جاتا ہے، ہفت روزہ اخباروں میں درمیان کے دو صفحوں میں پیش کیا جاتا ہے۔ عام طور پر خیال رکھا جاتا ہے کہ جو مضامین دو دو صفحوں پر مشتمل ہیں اُنھیں آمنے سامنے صفحات میں دیا جائے۔ اور یہ بات بہت ضروری ہے کہ آخری صفحات پر بھی کشش کا سامان موجود ہو تا کہ قاری کی دلچسپی قائم رہے۔ جب کسی مضمون کا کتابت شدہ مواد ایک یا دو صفحے سے کچھ زائد ہوتا ہے تو فالتو حصے کو "بقیہ" کہتے ہیں۔ "بقیہ" دینے کا اصول یہ ہے کہ جہاں صفحہ ختم ہو وہاں لکھا جائے باقی پر صفحہ — اور بقیے کو اس کے کسی بعد

کے صفحے میں دیا جائے اور اس کے اوپر ایک چھوٹا سا عنوان درج کر دیا جائے جس سے قارئین کو معلوم ہو جائے کہ یہ بقیہ فلاں مضمون کا ہے ۔ مزید وضاحت کے لیے اس عنوان کے نیچے خفی کتابت میں " بقیہ صفحہ — " درج کر دیا جائے ۔ اگر بقیہ بڑا ہو تو اس کا عنوان بھی بڑا ہو ۔ باتصویر اخبار یا رسالے بعض اوقات ایسا عنوان ایسی تصویر کے اندر دے دیتے ہیں جن کا تعلق مضمون سے ہو اس سے بقیے میں بھی حسن پیدا ہو جاتا ہے ۔ ویسے کوشش یہی ہونی چاہیے کہ بقیوں کے بغیر ہی گذارا ہو جائے کیوں کہ زیادہ بقیے ہوں تو قاری کو باربار دوسرے صفحات پلٹنے پڑتے ہیں جو کوئی مستحسن بات نہیں ۔

خلاصہ

مجلاتی صحافت میں روزناموں کے سنڈے ایڈیشن ، ہفت روزہ یا پندرہ روز اخبار ہر قسم کے رسالے شامل ہیں ۔

ایڈیٹر کے تین بنیادی اوصاف ہیں ۔ اعلیٰ ذہنی تہذیب و تحسین ، اعلیٰ فنی تربیت اور اخلاق تعلیم ۔ تفصیل میں جائیے تو عمومی اوصاف میں قارئین کی نبض شناسی ، قوت فیصلہ ، تصور کی صلاحیت ، مقررہ وقت پر کام کی قابلیت اور لکھنے والوں سے رابطے کی اہلیت شامل ہیں اور خصوصی اوصاف میں ابلاغ کا فن ، زبان پر عبور ، ڈیزائن کے اُصول سے آ گہی اور پروڈکشن کے عمل سے واقفیت شامل ہیں ۔

اخبار یا رسالے کی شخصیت ، چہرے مہرے ، پیغام اور معیار کو بلند رکھنے کے لیے ادارتی منصوبہ بندی ضروری ہے ۔ مواد کی نوعیت کا انحصار مجلے کی نوعیت ، مقصد ، قارئین کے ذوق اور ضروریات پر ہے ۔ توازن ، جامعیت اور موثر ابلاغ بنیادی اُصول ہیں ۔ مسودات کے تین ماخذ ہیں قارئین ، ارکان عملہ ، بیرونی مضمون نگار حضرات ۔ موخرالذکر افراد سے بہتر کام لینے کا طریقہ یہ ہے کہ اُنھیں مطلوبہ مضمون اور نقطہ نگاہ نیز معاوضے اور آخری تاریخ سے مطلع کیا جائے ۔ نوک پلک کی درستی میں صرف زبان کی درستی شامل نہیں یہ امور بھی شامل ہیں : عنوان ، ابتدائیہ

اور آخری پیرا کو پرکشش بنانا ۔ اُلجھے ہوئے فقروں کو سادہ اور سلیس بنانا اور متن کو چھوٹے پیروں میں تقسیم کرنا ۔ ''لے آؤٹ'' کا بنیادی مقصد یہ ہے کہ اخبار یا رسالے کے صفحات اتنے خوبصورت اور پرکشش ہوں کہ پڑھنے کو خود بخود جی چاہے ۔ ''لے آؤٹ'' کے عناصر یہ ہیں : عنوان ، تعارفی مجلہ ، ادارتی نوٹ ، متن میں تنوع ، تصاویر ، خاکے ، مضمون نگار کا نام ۔

مواد کی ترتیب میں دو بنیادی نکتے ہیں : توازن اور تنوع ۔

سوالات

۱ ۔ مجلاتی صحافت میں ایڈیٹر کے اوصاف پر تفصیل سے روشنی ڈالیے

۲ ۔ ادارتی منصوبہ بندی کے فوائد کیا ہیں ؟

۳ ۔ ادارتی منصوبہ بندی کیسے ہوتی ہے ؟

۴ ۔ مواد کی فراہمی کا انحصار کن کن امور پر ہے ؟

۵ ۔ لکھنے والوں سے رابطے کے آداب بیان کیجیے ۔

۶ ۔ خود بخود آنے والے مضامین کی جانچ پرکھ کے پیمانے کون کون سے ہیں ؟

۷ ۔ نوک پلک کی درستی سے کیا مراد ہے ؟

۸ ۔ ''لے آؤٹ'' کے بنیادی مقاصد بتائیے ؟

۹ ۔ ''لے آوٹ'' کے عناصر کون کون سے ہیں ؟

۱۰ ۔ مواد کی ترتیب میں کن باتوں کا خیال رکھا جاتا ہے ؟

خواتین، میدان صحافت میں

صحافت کے ماضی پر نظر ڈالیے تو معلوم ہو گا کہ اِکا ’دکا مستثنیات سے قطع نظر، اُنیسویں صدی کے آواخر تک صنفِ نازک نے خارزارِ صحافت میں داخلے سے گریز کیا۔ صدی پلٹتے ہی یہ حجاب ٹوٹنے لگا۔ مختلف ملکوں میں عورتیں صحافت کا پیشہ اختیار کرنے لگیں اور پھر یہ سلسلہ چل نکلا۔ اس میں ریاستہائے متحدہ امریکہ پیش پیش رہا۔ ۱۹۰۳ء میں وہاں تین سو خواتین نامہ نگاری کے فرائض سرانجام دے رہی تھیں۔ پھر صحافت کے مختلف شعبوں میں عورتیں نمایاں ہوئیں۔ چنانچہ ۱۹۴۰ء میں تقریباً بارہ ہزار خواتین نہ صرف نامہ نگاری بلکہ اڈیٹری اور فیچر نگاری بھی کر رہی تھیں۔ ۱۹۶۰ء میں یہ تعداد پچیس ہزار تک پہنچ گئی۔ برطانیہ میں بھی ہزارہا خواتین اس پیشے سے وابستہ ہیں۔ یہی حال سوویت یونین اور بعض دوسرے ممالک میں ہے۔

برعظیم ہند و پاکستان میں مدتوں یہ کیفیت رہی کہ عورتوں کے رسالوں کی ادارت بھی مرد کرتے تھے۔ البتہ ”تہذیب النسواں“ کا ابتدائی دور (۱۸۹۸ء سے ۱۹۰۸ء تک) اس سے مستثنیٰ ہے کیونکہ اس کی ادارت مشہور ادیبہ محمدی بیگم (شمس العلما مولوی ممتاز علی مرحوم کی بیگم اور سید امتیاز علی تاج کی والدہ) کرتی تھیں لیکن معاشرہ صحافت میں عورتوں کے عمل، دخل کا مخالف تھا اس لیے ”تہذیب النسواں“ کی بھی شدید مخالفت ہوئی۔ اس کے بعد عورتوں کے بہت سے رسالے نکلے لیکن عام طور پر رواج یہی تھا کہ نام عورت کا ہوتا تھا لیکن اصلی ادارت کوئی مرد کرتا تھا۔ بہرحال لکھنے والی عورتیں موجود تھیں اور ان میں بہت نے نام پایا۔ پاکستان بننے کے بعد کچھ عورتیں اس میدان میں نکلیں۔ عورتوں کے رسالے عورتیں ہی ایڈٹ کرنے لگیں۔ پھر ہمارے اخباروں میں عورتوں کا ہفتہ وار صفحہ دیا جانے لگا اور بعض اخباروں میں اسے عورتیں ہی

مرتب کرتی رہیں - ۱۹۶۳ء میں ''مشرق'' میں عورتوں کا روزانہ صفحہ دیا جانے لگا - اس کی تقلید دوسرے اُردو اخباروں نے بھی کی - ان صفحات کی تو بعض صورتوں میں ادارت اب بھی مرد ہی کرتے ہیں لیکن لکھنے والی عورتیں ہیں اور کچھ تعلیم یافتہ لڑکیاں عملہً ادارت میں شامل ہیں جو کالم نویسی، رپورٹری اور مضمون نگاری کے فرائض انجام دیتی ہیں - ''اخبار خواتین'' نے نسوانی صحافت کا رنگ بدل ڈالا ہے اور اس کی بدولت اخبار نویس لڑکیوں کی ایک اور کھیپ میدان میں داخل ہو گئی ہے - معاشرے کے بعض عناصر اب بھی اس رجحان پر معترض ہیں - وہ اُن کی تحریروں کو دیکھ کر دانت پیس کر رہ جاتے ہیں لیکن پڑھتے ضرور ہیں - ہمارے ہاں ابھی تک کوئی ایسی خاتون پیدا نہیں ہوئی جو غیر نسوانی، عمومی صحافت میں مرد صحافیوں کے دوش بدوش کام کرے -

یونیورسٹیوں کے شعبہ ہائے صحافت میں کچھ لڑکیاں ضرور تعلیم پاتی ہیں لیکن موقع کے باوجود عمومی صحافت کے میدان میں داخل ہونے سے کتراتی ہیں - رفتہ رفتہ یہ حجاب ٹوٹیں گے اور پاکستان میں بھی دوسرے ملکوں کی طرح عورتیں صحافت کے ہر شعبے میں آئیں گی - بہرحال ایک مسئلہ باقی رہے گا اور یہ مسئلہ امریکہ میں بھی اہمیت کا حامل ہے کہ جب لڑکیوں کی شادی ہوتی ہے تو وہ اکثر صحافت کا پیشہ چھوڑنے پر مجبور ہو جاتی ہیں کیونکہ بسا اوقات شوہر کو ملازمت یا کاروبار کے سلسلے میں کسی اور شہر میں آباد ہونا پڑتا ہے اور بیوی ہمراہ جاتی ہے - اگر ایسا نہ بھی ہو تو مشکل پیش آتی ہے - کیونکہ نامہ نگاری کے فرائض ادا کرنے کے لیے رپورٹر خواتین کو ایسا وقت تقاریب میں بسر کرنا ہوتا ہے جب خانہ داری کے فرائض کے لیے اُن کا گھر میں رہنا ضروری ہے - بہرحال یہ مسئلہ ہر جگہ موجود ہے -

خواتین کیا پڑھنا چاھتی ھیں ؟

۱۹۶۲ء کا ذکر ہے - انٹرنیشنل پریس انسٹی ٹیوٹ نے صحافی خواتین کا ایک بین الاقوامی مذاکرہ کرایا - جہاں نسوانی صحافت میں کام کرنے والے مردوں اور عورتوں نے اپنے اپنے تجربات بیان کیے - ان میں سویڈن کے ایک اخباری زنجیرے کے مینیجنگ ایڈیٹر مائیکل کاٹز (Mikael Katz) نے

جو مقالہ پڑھا اُس کی دلچسپی اور افادیت سے انکار نہیں کیا جا سکتا ۔ اُس نے کہا ، مردوں کا اندازِ فکر خارجی ہوتا ہے ، عورتوں کا داخلی ۔ مرد کوئی کتاب یا مضمون پڑھتا ہے یا کوئی فلم دیکھتا ہے تو اپنے آپ کو اس سے الگ رکھتا ہے اور محض پڑھتا یا دیکھتا ہے ۔ اس کے برعکس عورت جب کوئی چیز پڑھتی ہے یا کوئی فلم دیکھتی ہے تو وہ محض پڑھتی یا دیکھتی نہیں بلکہ اُس میں اپنی ذات کو جذب کر لیتی ہے اور اپنے آپ کو اس میں شریک سمجھتی ہے ۔ پس عورت کی دلچسپی کی چیزیں وہی ہو سکتی ہیں جن سے وہ اپنے آپ کو وابستہ سمجھے اور جن کے پڑھنے سے اُسے شرکت کا احساس ہو ۔ کاٹز نے نے اس رائے کا بھی اظہار کیا کہ عورت کو اس چیز سے کوئی دلچسپی نہیں کہ چاند کی دوسری جانب کیا ہے ۔ اُس کی دلچسپی کا محور تو وہی چیزیں ہیں جن کا تعلق اُس کی اپنی زندگی ، اُس کے خاندان یا اُس کے ملنے والے لوگوں کی زندگی سے ہے ۔

کاٹز نے عورتوں کی دلچسپیاں معلوم کرنے کے لیے سوالناموں کے ذریعے سے ایک تحقیقی جائزہ لیا ۔ اس سے دلچسپی کے یہ موضوع اُبھرے :

— خوراک — جنس — فیشن — بچوں کی تعلیم
— جدید معاشرے میں عورت کے اُن مسائل پر مضامین جو اُس کے پیشے کے فرائض اور زوجیت کے فرائض کے درمیان تصادم کا ذکر کریں
— نئی مصنوعات کے بارے میں معلومات
— بادشاہوں اور دوسری بڑی شخصیتوں کے رومان
— آرائش گیسو — دبلے ہونے کے طریقے
— انسانی جذبات سے تعلق رکھنے والے ڈرامائی واقعات

ایک اور جائزے میں دلچسپی کی شدت کے اعتبار سے درجہ بدرجہ یہ موضوع اُبھرے :

۱ ۔ خوراک ، حفظان صحت
۲ ۔ فیشن ، بچوں کی تربیت ، تعلیم ، قسمت کا حال بتانے والے کالم
۳ ۔ گھر کی آرائش ، عشاق کے لیے مشورے
۴ ۔ فلمی ستاروں اور مشہور شخصیتوں پر مضامین

۵ - شاہی خاندان پر مضامین - خانہ داری کے سلسلے میں عملی مشورے
۶ - کٹائی اور سلائی ، اُونی کام
۷ - پھول ، جانور ، انسانی فطرت

اس کے بعد کاٹز نے بتایا ہے کہ اس کے اپنے عملی تجربے سے دلچسپی کے تین بڑے موضوع اُبھرتے ہیں :

اول - خوراک : اس ضمن میں عجیب و غریب اجزا پر مشتمل عجیب و غریب ڈشوں کی تجویز سے گریز کیا جائے۔ اس کی جگہ ایسی ڈشوں کی تیاری کا طریقہ بتایا جائے جو آسان ہوں -

دوم - فیشن : پیرس کے نئے فیشنوں کا تذکرہ کبھی کبھی ہو جائے تو کوئی مضائقہ نہیں لیکن ہمیں یاد رکھنا چاہیے کہ فیشن کے سلسلے میں صرف انھی آسانیوں کو معلوم کرنے کی آرزو ہوتی ہے جو ملک کے اندر میسر ہوں -

سوم - شاپنگ : اگر اس موضوع پر کوئی کالم وقتاً فوقتاً پیش کیا جائے جس میں دوستانہ انداز میں معلومات دی گئی ہوں تو یہ کالم قارئین اور متعلقہ اخبار کے درمیان بندھنوں کو مضبوط بنانے میں مدد دے سکتا ہے -

بہرحال معاملہ صرف یہیں ختم نہیں ہوتا - ایک ترقی پذیر معاشرے سے تعلق رکھنے والی خواتین کی کچھ اور ضرورتیں بھی ہوتی ہیں - جن کا خیال رکھنا چاہیے - ایک امریکی اخبار نویس خاتون بجا طور پر لکھتی ہے کہ :

> '' ہم عورتوں کے صفحے مرتب کرتی ہیں اس لیے ہماری بہت بڑی ذمہ داری ہے - ہم صرف ایڈیٹر نہیں ، ادیب نہیں ، انتظامیہ افسر نہیں اس سے کچھ بڑھ کر ہیں - ہمیں ماہر عمرانیات بھی ہونا چاہیے کیونکہ آج کی دنیا میں عورتوں کے صفحے کی ترتیب حقیت میں عمرانیات کا مطالعہ ہے '' - [ماڈرن جرنلزم صفحہ ۴۴۰]

آج کی عورت صرف افزائش حسن اور خوراک کے مسائل میں دلچسپی نہیں لیتی وہ معاشرے میں بھی ایک خاص مقام چاہتی ہے - اُسکے مسائل کا کوئی انت نہیں - اس صنعتی دور میں ازدواجی تعلقات بہت متاثر ہوئے ہیں - میاں بیوی کی علیحدگی ، طلاق ، مرد کی بے راہ روی ، خود عورت کی خرابیاں ، گھریلو جھگڑے ، ساس بہو کے مسائل ، فریقین کے اعزہ میں کشیدگی اور ازدواجی تعلقات پر ان کا اثر اور نتیجے میں بچوں کے نفسیاتی مسائل — یہ سب ایسے موضوع ہیں جن پر عورت کہنا سننا چاہتی ہے - پھر معاشی اُلجھنیں ہیں - رسوم پر اسراف ، جہیز پر بے جا اخراجات ، غربت کے باوجود ظاہری ٹھاٹھ کی آرزو ، گھریلواخراجات کی بھر مار اور آمدنی کے محدود ذرائع ، — یہ مسائل ایسے ہیں جن کا حل معلوم کرنے کی آرزو عام ہے - آج کی عورت تعلیم کی دلدادہ ہے اور جب وہ زیادہ تعلیم حاصل کر لیتی ہے تو ملازمت بھی چاہتی ہے - ملازمت کے راستےمیں ہزار مشکلات ہیں - ایک طرف معاشرے کا دباؤ ، دوسری طرف وسائل کی کمی - ملازمت پیشہ خواتین کے اپنے مخصوص مسائل بھی ہیں- پھر والدین کے مسائل کو لیجیے وہ تمام عمر اولاد کی پرورش میں بسر کر دیتے ہیں لیکن جب ان کی شادی کا وقت آتا ہے تو طرح طرح کی مشکلات دامن گیر ہو جاتی ہیں - پھر عورتوں کی ثقافتی اور تہذیبی سرگرمیاں بھی ہوتی ہیں - خدمت عوام کے ادارے موجود ہیں - ان سب کے بارے میں بھی زیادہ سے زیادہ جاننے کی خواہش ہوتی ہے - یہ سب مسائل ایسے ہیں جن سے ملک کی نصف آبادی کا براہِ راست تعلق ہے - اس لیے اگر کوئی نسوانی رسالہ یا عورتوں کا صفحہ ان کی طرف توجہ نہیں دیتا تو یہ انتہائی بے انصافی کی بات ہو گی - یہ مسائل دوسرے ملکوں میں بھی ہیں اور ہمارے ملک میں غالباً زیادہ شدت سے پیش آتے ہیں - اس لیے یہاں ان پر قلم اُٹھانے کے لیے ضروری ہے کہ صحافی عورتوں کو عمرانیات اور دوسرے عمرانی علوم میں دسترس حاصل ہو -

ترقی یافتہ ملکوں کے مقابلے پر پاکستان کی معاشی حالت ابھی بہت پست ہے - لیکن ہماری عورتوں کی آرزوؤں اور اُمنگوں کا کوئی انت نہیں -

وہ جسمانی حسن میں اضافہ کرنا چاہتی ہیں ، وہ اپنے خاندان کے لیے بہترین خوراک مہیا کرنا چاہتی ہیں ، خاندان کے افراد کی صحت کو بہتر بنانے کی آرزومند ہیں ، بہتر لباس پہننا چاہتی ہیں ، گھر کو آراستہ دیکھنے کی متمنی ہیں اور یہ سب کچھ یوں کرنا چاہتی ہیں کہ آمدنی اور اخراجات میں توازن قائم رہے - اس لیے صحافی خواتین کے لیے ضروری ہے کہ وہ مغربی رسالوں اور اخباروں کی اندھا دھند تقلید نہ کریں - اپنے ارد گرد کی دنیا کی تمام مجبوریوں کو پیش نظر رکھ کر پڑھنے والیوں کی راہنمائی کریں - مثلاً :

۱ - فیشن کے موضوع پر ایسی تجاویز پیش کریں جن پر عمل کرنا ممکن ہو - افزائش حسن ، سنگار ، آرائش گیسو ، لباس پر لکھتے ہوئے یاد رکھیں کہ قارئین کی غالب اکثریت کے پاس اتنا پیسہ نہیں کہ وہ زیادہ قیمت کی چیزیں خرید سکیں -

۲ - حفظان صحت کے سلسلے میں ایک لیڈی ڈاکٹر نے قارئین کو تلقین کی کہ وہ ہر روز پھل کھایا کریں اور پھر دیکھیں کہ اُن کی صحت کیسے بہتر ہوتی ہے - لیکن سوال یہ ہے کہ کتنے لوگ ہیں جو روزانہ پھل خریدنے کی توفیق رکھتے ہیں ؟ اور یہ کس کو معلوم نہیں کہ پھلوں کے استعمال سے صحت بہتر ہوتی ہے ؟ ضرورت تو اس بات کی ہے کہ لیڈی ڈاکٹر یہ بتائیں کہ کونسی ایسی سستی چیزیں ہیں جو پھلوں کا نعم البدل بن سکتی ہیں -

۳ - دبلے ہونے کے لیے جو غذائیں تجویز کی جاتی ہیں اگر ان پر پر عمل کیا جائے تو اچھی خاصی آمدنی والے گھرانے دیوالیہ ہو جائیں - عام خوراک کے لیے جو ڈشیں تجویز ہوتی ہیں ان میں اکثر چھٹتے ہی ایک سیر گوشت کا مطالبہ ہوتا ہے یا دوسرے قیمتی اجزا تجویز کر دیے جاتے ہیں! اور لکھنے والے کو قطعی طور پر یہ احساس نہیں ہوتا کہ ہر ایک ہزار قارئین میں صرف ایک آدھ گھرانا ہی ایسا ہوتا ہے - جو ایک وقت پر ایک سیر گوشت منگوائے - ضرورت اس امر کی ہے کہ سستی ، لذیذ اور غذائی جوہروں سے بھرپور غذائیں تجویز کی جائیں -

۴ - کمروں کی آرائش کے جو طریقے بیان کیے جاتے ہیں اُن میں بھی مالی حالت پیش نظر نہیں رکھی جاتی ۔یہ بات یاد رکھنی چاہیے کہ جن لوگوں کی اتنی توفیق ہے کہ وہ بڑی بڑی کوٹھیاں بنائیں انھیں آرائش کے قیمتی سامان اور اسکے استعمال کے طریقے اکثر معلوم ہوتے ہیں ۔ مسئلہ اُن کنبوں کے لیے ہے جو دو دو تین تین کمروں کے گھروں میں رہتے ہیں اور جو قیمتی سازو سامان خریدنے سے عاجز ہیں ۔ اخبار کے قارئین میں انھی لوگوں کی غالب اکثریت ہوتی ہے ۔ اس لیے اخبار نویس خواتین کا فرض ہے کہ ان لوگوں کو آرائش کے ایسے طریقے بتائیں جن پر بہت کم لاگت آئے اور ان کی جمالیاتی حس بھی آسودہ ہو جائے ۔

۵ - ہمارے ہاں بعض اخبار پیرس کی ماڈل لڑکیوں کی ایسی تصاویر دیتے ہیں جن میں ہیٹ کے مختلف نمونے دکھائے جاتے ہیں یا صبح و شام کے لباس کی نمائش ہوتی ہے یا شبینہ لباس کے نمونے دیے جاتے ہیں ۔ ان تصاویر سے مردوں کے جمالیاتی ذوق کی تسکین تو ہو جاتی ہے لیکن عورتوں کے پلے کچھ نہیں پڑتا ۔ یہی حال gadgets کا ہے ۔ ایسی مشین کی تصویر دی جاتی ہے جس میں تھوڑے سے وقت میں بہت سے برتن دھل بھی جاتے ہیں اور خشک بھی ہو جاتے ہیں ۔ جب ایسی چیزیں یہاں ملتی نہیں تو ان پر جگہ ضائع کرنے سے کیا فائدہ ؟ اس سے تو کہیں بہتر یہ ہوگا کہ مٹی کے تیل سے چلنے والے چولھوں سے بہتر اور زیادہ کام لینے کے طریقے بتائے جائیں اور یہ بھی بتایا جائے کہ فلاں خرابی ہو تو اس کا علاج کس طرح کیا جائے ؟

دوسرے ممالک کے اخباروں میں قارئین کی مالی حالت کو پیش نظر رکھ کر بہتر زندگی کے طریقے بتائے جاتے ہیں ۔ مثلاً یہ بتایا جاتا ہے کہ ایک چھوٹے سے باورچی خانے سے کھانے کے کمرے کا کام کیسے لیا جا سکتا ہے ۔ ایک ہی کمرے سے بیڈ روم اور ڈرائنگ روم ، دونوں کے فوائد کیسے حاصل کیے جاسکتے ہیں ۔ اچانک مہمان آ جائیں تو کم از کم لاگت

سے اُن کی خاطر مدارات کے طریقے کیا ہیں ، وغیرہ وغیرہ ۔ ترقی یافتہ ممالک کے اہم نسوانی رسالوں نے ان تمام معلومات کے لیے ریسرچ یونٹ قائم کر رکھے ہیں ۔ ہمارے ہاں یہ تو ممکن نہیں لیکن اتنا ضرور ممکن ہے کہ ہماری اخبار نویس خواتین ان تمام امور کے بارے میں لکھتے وقت اپنے ارد گرد کے حالات پر نظر ڈال لیا کریں اور اس نقطہ نگاہ سے لکھیں کہ زیادہ سے زیادہ قارئین کا زیادہ سے زیادہ بھلا ہو ۔

نسوانی صحافت کے اہم تقاضے

نسوانی صحافت میں کامیابی کے لیے پانچ امور ضروری ہیں — مطالعہ ، مشاہدہ ، تجربہ ، انٹرویو اور منصوبہ بندی کا ذوق ۔

مطالعہ : مطالعہ کا دائرہ بہت وسیع ہے ۔ مثلاً
ملکی اور غیر ملکی اخباروں کی نسوانی صحافت ، ملکی اور غیر ملکی نسوانی رسائل ، نسائیات پر تمام کتب (جو مل سکیں) ، ہوم اکنامکس پر کتابیں ، معاشری مسائل اور رسوم و رواج پر ہر قسم کا مواد ، عمرانیات کے ایسے پہلوؤں پر مواد (جن کا تعلق عورتوں سے ہو) ، نسوانی جماعتوں ، اداروں اور درس گاہوں کے حالات اور طریق کار ۔

مشاہدہ : مجلسی تقریبوں میں شرکت ، سنگار ، لباس ، آداب کا مشاہدہ ، ادنٰی و اعلیٰ دونوں طبقوں کے گھرانوں کی کیفیت ، بسوں اور ریلوں میں سفر کے دوران ، سڑک پر چلتے چلتے ، سہیلیوں میں اٹھتے بیٹھتے ، ریستوران یا سینما میں بیٹھے بیٹھے عورتوں کے طور طریقوں کا مطالعہ ۔

انٹرویو : انٹرویو رسمی بھی ہوتے ہیں اور غیر رسمی بھی ۔ رسمی انٹرویو صرف بڑی بڑی بیگمات سے نہیں غریب بیبیوں سے بھی کرنے چاہییں کیونکہ بڑی بیگمات یا پروفیسر یا افسر قسم کی خواتین ایک ایسی دنیا میں رہتی ہیں جس سے غریبوں کی دنیا بالکل الگ ہے ۔ غیر رسمی انٹرویو سے یہ مراد ہے کہ زیادہ سے زیادہ عورتوں سے ملاقاتیں کی جائیں ۔ اُن کے دکھ اور سکھ

کی کہانیاں سنی جائیں۔ جدید فیشن کی دلدادہ لڑکیوں، طالبات، ملازم پیشہ عورتوں، گھریلو عورتوں، بلکہ نانیوں اور دادیوں سے بھی ملا جائے۔ اس سے مجموعی معلومات میں بے حد اضافہ ہو گا اور مضامین کے لیے tips ملیں گے۔

تجربہ : اخبار نویس خاتون کو صرف **اخبارنویس** نہیں، **خاتون** بھی ہونا چاہیے۔ مثلاً کچھ کھانا پکانے کا ذوق ہو، کچھ سلائی، بُنائی اور کشیدہ کاری میں دلچسپی ہو۔ کچھ سنگار اور لباس کی ٹیپ ٹاپ کا ذوق ہو اور کچھ گھر کی تزئین و آرائش میں درک ہو۔ اس کا فائدہ یہ ہو گا کہ علم کتابی نہیں رہے گا، عمل کا روپ لے لے گا اور جو چیز لکھی جائے گی اس میں خود بخود عملی پہلو اُجاگر ہو گا۔

منصوبہ بندی : فیشن، خوراک اور حفظان صحت پر جو کچھ لکھا جائے وہ اکثر موسم کا تابع ہوتا ہے۔ تعلیمی مسائل کا ذکر اُس وقت اچھا معلوم ہوتا ہے جب سکول اور کالج جوبن پر ہوں۔ چھٹیوں کے درمیان اساتذہ اور طالبات کے لیے مختلف قسم کے مشوروں کی ضرورت ہوتی ہے۔ محرم الحرام اور رمضان کے مہینوں میں شادیوں کا ذکر غلط معلوم ہوتا ہے۔ پھر تہواروں اور برسیوں پر خاص قسم کا مواد دینا ہوتا ہے۔ ان تمام امور کا خیال رکھنے کے لیے منصوبہ بندی ضروری ہے۔ بہتر یہ ہے کہ نسوانی رسالوں میں تین مہینے کا منصوبہ پہلے بنا لیا جائے۔ اور اخبارات میں نسوانی صفحات کے لیے کم از کم ایک مہینے کا پروگرام پہلے تیار ہو جائے۔ اس طرح قارئین کی ضروریات زیادہ باقاعدگی سے پوری ہوں گی اور یہ مجبوری نہیں ہو گی کہ بھرتی کا مواد دے دیا جائے۔

اس کام کے کچھ آداب بھی ہیں۔ مثلاً انٹرویو رسمی ہو یا غیر رسمی اس میں کامیابی کے لیے شیرینیٔ گفتار کی بے حد ضرورت ہے۔ دوسرے تحریر میں غیر معمولی رکھ رکھاؤ درکار ہے۔ جب اندرون خانہ کسی عورت

سے گفتگو ہو اور اس سے معاشری برائیوں اورگھریلو جھگڑوں جیسے نازک مسائل تبادلۂ خیالات کا موضوع بنیں تو اخبار نویس خاتون کا فرض ہے کہ اپنے آپ کو اس اعتماد کی اہل ثابت کرے اور اپنی تحریر میں کوئی ایسی بات نہ آنے دے جس سے دوسرے کو کسی قسم کا کوئی نقصان پہنچنے کا احتمال ہو۔

نسوانی صحافت میں اسلوبِ تحریر کے تقاضے وہی ہیں جو عمومی صحافت میں ضروری ہیں۔ یعنی سادگی اور سلاست اور بیان میں خلوص۔

اگر کوئی خاتون عمومی صحافت میں داخل ہو تو اس کے لیے وہی اوصاف درکار ہیں جو کسی فیچر نویس یا رپورٹر کے لیے ضروری ہیں۔ لیکن اگر کوئی خاتون خالص نسوانی صحافت کو پیشہ بنانا چاہتی ہے تو اُن اوصاف کے علاوہ اُن تمام موضوعات سے اُسے آگاہ ہونا چاہیے جن کا اس باب میں ذکر کیا جا چکا ہے۔ گویا اُس میں فن صحافت سے آگہی اور نسوانی مسائل سے واقفیت کے اوصاف یکجا ہونے چاہییں۔

خلاصہ

امریکہ اور دوسرے ترقی یافتہ ملکوں میں ہزارہا خواتین عمومی صحافت کے مختلف شعبوں میں کام کر رہی ہیں۔ پاکستان میں صرف نسوانی صحافت میں خواتین نام پیدا کر رہی ہیں۔

عورتیں زیادہ تر ان موضوعات سے دلچسپی لیتی ہیں۔ خوراک، فیشن صحت، شاپنگ، گھروں کی آرائش، بچوں کی تعلیم و تربیت، ان کے علاوہ تہذیبی اور ثقافتی سرگرمیوں کی روداد پڑھنا چاہتی ہیں اور نسوانی صحافت میں اُن مسائل کا ذکر بھی دیکھنا چاہتی ہیں جو اُنھیں ازدواجی زندگی، خاندان اور معاشرے میں پیش ہوتے ہیں۔ اس لیے یہ کہنا بجا ہے کہ عورتوں کی صحافت کی ادارت حقیقت میں عمرانیات کا مطالعہ ہے۔

پاکستان کی اخبار نویس خواتین ہوں یا کسی اور ملک کی، اُن کا فرض ہے کہ اپنے ماحول کے مطابق لکھیں۔ لوگوں کی معاشی حالت کو پیش نظر رکھ کر مشورے دیں اور زیادہ سے زیادہ قارئین کی زیادہ سے زیادہ دلچسپی کو اپنا نصب العین بنائیں۔

نسوانی صحافت کے اہم تقاضے یہ ہیں : مطالعہ ، مشاہدہ ، تجربہ ، انٹرویو ، اور منصوبہ بندی کا ذوق ۔ انٹرویو میں کامیابی کے لیے شیرینئی گفتار ضروری ہے ۔

اخبار نویس خاتون کے دو بڑے وصف ہونے چاہیں ۔ فن صحافت سے آگہی اور عورتوں کی دلچسپی کے تمام موضوعات سے واقفیت ۔

سوالات

۱ ۔ پاکستان میں نسوانی صحافت کس مرحلے پر ہے اور اس کی ترقی کے امکان کیا ہیں ؟

۲ ۔ عورتیں کس قسم کے موضوعات میں دلچسپی لیتی ہیں ؟

۳ ۔ ''اخبار نویس خواتین کو ماہر عمرانیات بھی ہونا چاہیے۔'' اس مسئلے پر روشنی ڈالیے ۔

۴ ۔ آج کل اخباروں میں عورتوں کے لیے جو صفحات دیے جاتے ہیں اُن کا ایک تنقیدی جائزہ مرتب کیجیے ۔

۵ ۔ نسوانی صحافت کے اہم تقاضے کون کون سے ہیں ؟

بچوں کا اخبار

ساٹھ پینسٹھ سال اُدھر کی بات ہے کہ برعظیم پاک و ہند میں بچوں کے لیے ہفت روزہ اخبار نکلنے شروع ہوئے - یہ رسالے نہیں ، اخبار تھے - اُن میں ہفتے بھر کی اہم خبریں دی جاتی تھیں - ایک دو وقتی (topical) مضمون دیے جاتے تھے - مثلاً کسی عظیم شخصیت کے حالات بیان ہوتے تھے یا کسی ملک کے بارے میں معلومات فراہم کی جاتی تھیں - دلچسپ معلومات کے عنوان سے سائنسی یا دوسرے دلچسپ موضوعات سے تعلق رکھنے والی خبریں دی جاتی تھیں - ان کے علاوہ ایک آدھ کہانی ، دو چار لطیفے اور کبھی کبھی کوئی نظم یا گیت دیا جاتا تھا - یہ صورت کم و بیش نصف صدی تک جاری رہی - اس کے بعد ہفت روزہ ''اخبار'' ناپید ہونے لگے اور ان کی جگہ ماہانہ رسالوں نے لے لی - یہ رسالے مواد اور حسن طباعت کے اعتبار سے اچھے ہیں - لیکن یہ رسالے ہیں ، اخبار نہیں - ایک آدھ رسالے میں خبریں دی جاتی ہیں لیکن اخبار والی بات پیدا نہیں ہوئی -

روزانہ اخباروں میں بچوں کے صفحے یا ان اخباروں سے منسلک بچوں کے اخبار ایک حالیہ جدت ہیں - لیکن معلوم ہوتا ہے کہ ان کا مقصد یہ نہیں کہ بچوں کے لیے ''اخبار'' مہیا کیا جائے - بلکہ یہ روزانہ اخبار اپنے قارئین کے بچوں کو رسالوں سے بے نیاز کرنا چاہتے ہیں - یہی وجہ ہے کہ بچوں کے لیے یہ اخبار جو مواد پیش کرتے ہیں ان میں خبریں نہ ہونے کے برابر ہیں - معلوماتی مواد کم ہے اور کہانیوں ، نظموں اور لطیفوں پر زور دیا جاتا ہے - بہرحال جوں جوں وقت گذرے گا اخبار یہ محسوس کریں گے کہ بچوں کے لیے خالص اخباری نوعیت کا مواد فراہم کرنا ضروری ہے -

بنیادی تقاضا

اس صدی کے ربع اول میں بچوں کے لیے جو اخبار نکلے اُن کی ادارت

پر ایسے لوگ فائز تھے جنھیں زبان اور ادب میں گہری دسترس تھی۔ منشی محبوب عالم، مولوی سید ممتاز علی، عبدالمجید سالک، چراغ حسن حسرت، سید امتیاز علی تاج، پنڈت ہری چند اختر، میلا رام وفا اور تاجور نجیب آبادی جیسے ادبا نے بچوں کے اخبار ترتیب دیے۔ انھیں اس بات کا احساس تھا کہ بچوں کا ذخیرۂ الفاظ محدود ہوتا ہے۔ نیز ایک کامیاب اخبار کے لیے ضروری ہے کہ مختلف عمر کے بچوں کے ذہنی تقاضے پورے کرے۔ نیز اخبار بینی کا یہ نتیجہ بھی ہونا چاہیے کہ بچوں میں تحریر کا شوق پیدا ہو اور وہ صحیح زبان لکھیں۔ اس گروہ کے بعد احمد ندیم قاسمی، حفیظ ہوشیارپوری، راجہ مہدی علی خاں اور عبدالمجید بھٹی جیسے لکھنے والوں نے بھی صحت زبان کا خاصا خیال رکھا۔ لیکن ان کے بعد بچوں کے جو رسالے جاری ہوئے اُن کی ادارت عام لکھنے والوں کے سپرد ہوئی۔ نتیجہ یہ ہؤا کہ ظاہری ٹیپ ٹاپ بہتر ہو جانے کے باوجود اکثر رسالے اپنی افادیت کھو بیٹھے۔

بچوں کے اخبار کی ادارت کا بنیادی تقاضا یہ ہونا چاہیے کہ اس سے مختلف عمر کے بچوں کی معلوماتِ عامہ میں اضافہ ہو۔ اُن کی ذہنی اور اخلاق تربیت ہو۔ اُنھیں صحت مند قسم کی تفریح مہیا کی جائے اور زبان کے بارے میں اُن کی صلاحیتوں کو اُبھرنے کے مواقع فراہم کیے جائیں۔ یہ بہت ذمہ داری کا کام ہے اور ہر کسی کے بس کا روگ نہیں۔ اس کے لیے ایسے افراد مقرر کرنے چاہییں، جو بیک وقت ادب اور صحافت میں درک رکھتے ہوں اور اُنھیں زبان پر پورا عبور حاصل ہو۔ نیز یہ اچھی طرح معلوم ہو کہ کس عمر کے بچوں کے لیے کیسا مواد مہیا کرنا چاہیے۔

بچوں کے اخبار میں کیسا مواد دیا جائے؟

لندن میں بچوں کے لیے ایک ہفت روزہ اخبار نصف صدی سے جاری ہے۔ اس کا نام Children's Newspaper ہے۔ اس کے ایک شمارے میں جو مستقل مندرجات شامل ہیں اُن کا مختصر تجزیہ ملاحظہ فرمائیے۔

"آج کا برطانیہ" : سائنس کی ایسی خبریں، جو بچے سمجھ سکیں۔

"آنے والے واقعات" : سائیکلوں کی دوڑ اور Tatto کے مقابلے۔

''میرے خیال میں''	: ایک اداریہ ، جس میں بتایا گیا ہے کہ ردی اشیا کوکس طرح کام میں لایا جا سکتا ہے ۔
''ہنسنے کا وقت''	: چھوٹے چھوٹے کارٹون ۔
''خبروں کو سمجھیے''	: برطانیہ اور جمہوریہ متحدہ عربیہ کے اختلافات ۔
''پڑھنے والوں کے خطوط''	: بچوں کے بھیجے ہوئے خطوط ۔
''یہ وسیع دنیا''	: آثار قدیمہ کی تازہ دریافتیں ، پودوں کے بارے میں نئی معلومات ۔
''حرف خانہ''	: وہ معمہ جس میں خانوں کے اندر حرف اس طرح لکھے جاتے ہیں کہ جمع ہو کر لفظ بن جاتے ہیں ۔ (Crossword Puzzle)
''لڑکیوں کے لیے''	: ایک جیبی کارٹون ، عجیب و غریب فیشن کی تصویر ، چڑیا گھر کی شیدائی لڑکی کی تصویر ، ایک ایسی لڑکی کے حالات ، جسے جنگلی پھول جمع کرنے کا شوق ہے ۔
''موسیقی''	: مشہور موسیقار ایلوس پریسلے کی بڑی تصویر اور حالات زندگی ۔
''ہم ملک کا انتظام کیسے چلاتے ہیں''؟	: دارالعوام کے افسروں کے فرائض ۔
''فطرت پر نظر ڈالیے''	: اُن جانوروں کے حالات ، جو انسانوں کو بہت نقصان پہنچاتے ہیں ۔
''بک شیلف''	: کتابوں پر مختصر تبصرے ۔
''شطرنج کلب''	: شطرنج کا ایک مسئلہ ۔
''تصویری سلسلہ''	: شیکسپیئر کے ڈرامے As you like it کی تصویری پیشکش کا چھٹا حصہ ۔
''ٹکٹوں کی دنیا''	: ڈاک کے ٹکٹ جمع کرنے والوں کے لیے تازہ معلومات ۔

"معمے حل کیجیے" : چند معمے دیے گئے ہیں -

"داستانی سلسلہ" : ایک ناول بالاقساط دیا جاتا ہے -

"کھیلیں" : کھیل کی خبریں -

"کامک سٹرپ" : Comic Strip -

اس سے اندازہ کیا جا سکتا ہے کہ بچوں کے اخبار میں کتنا مفید ، دلچسپ اور متنوع مواد دیا جا سکتا ہے -

پاکستان میں بچوں کے جو اخبار نکلتے ہیں (جو سب کے سب روزنامہ اخباروں کے زیر اہتمام جاری ہیں) ان میں مندرجہ ذیل اقسام کا مواد دیا جا سکتا ہے :

بچوں کی خبریں : کھیل اور تعلیم کے میدان میں بچوں کے امتیازات ، بہادری کے واقعات ، خدمت خلق کی مثالیں ، تعلیمی دوروں ، پک نک ، کی تقریبوں اور تقریری مقابلوں کی اطلاعات -

بچوں کے لیے خبریں : بڑی بڑی قومی اور بین‌الاقوامی خبروں کا ایسا خلاصہ جس کی زبان سلیس اور انداز بیان آسان ہو -

پس منظر : مختلف ملکوں اور علاقوں کے حالات ، بالخصوص اسلامی ملکوں کے بارے میں معلومات ، پاکستان کے مختلف حصوں ، تاریخی عمارتوں ، جدید یادگاروں ، نئی بستیوں ، اور مختلف پراجکٹوں کے حالات ، "اپنی مدد آپ" کے اصول پر دیہات میں تعمیری سرگرمیوں کی روداد ، بچوں کو بتایا جائے کہ وہ "اپنی مدد آپ" کے اصول کو کس طرح عمل میں لا سکتے ہیں -

سوانح : بڑی بڑی اسلامی اور دوسری شخصیتوں کے حالات ، اس میں عصر حاضر کی شخصیتیں بھی شامل ہوں -

سائنس : سائنسی دریافتوں کی خبریں ، آسان انداز میں -

کہانیاں : ایسی کہانیاں ، جن کا مرکزی خیال بہادری ، شجاعت اور خدمت خلق سے تعلق رکھتا ہو -

خالص تفریحی مواد : دلچسپ کہانیاں ، کارٹون ، کامک سٹرپ ، گیت ، نظمیں ، لطیفے -

مقابلے : معمے اور رنگ بھرنے اور تصویر بنانے کے مقابلے -

"چلڈرنز نیوز پیپر" (لندن) میں جو مواد دیا جاتا ہے وہ ذرا بڑے بچوں کے لیے ہوتا ہے - اس کی وجہ یہ ہے کہ برطانیہ میں ننھے منے بچوں کے لیے بہت سے خصوصی رسالے جاری ہیں - ہمارے ہاں یہ صورت نہیں اس لیے ہمیں ننھے منوں کے لیے بھی مواد بچوں کے اخبار میں دینا چاہیے- مثلاً چار سے چھ سال تک کے بچوں کے لیے ایسے دلچسپ خاکے دیے جائیں جن میں رنگ بھرا جا سکے- چھ سال سے نو سال تک عمر کے بچوں کے لیے تصویری کہانیاں دی جائیں - جن کے نیچے جو متن درج ہو وہ ایک تو جلی کتابت میں ہو، دوسرے اس کی زبان اتنی سادہ ہو کہ اس عمر کے بچے پڑھ سکیں - ان کے لیے جو دوسرا مواد دیا جائے اُس کی زبان بھی بہت سادہ ہو- بہتر یہ ہوگا کہ بچوں کے اخبار میں ایک حصہ مستقل طور پر ننھے منوں کے لیے مخصوص کر دیا جائے - باقی سارے اخبار میں بڑے بچوں کے لیے مواد دیا جائے - بچوں کی تصویروں کے بارے میں یہ خیال رکھنا ضروری ہے کہ ہر بچے کی تصویر نہ چھاپی جائے - صرف اُن بچوں کی تصویریں شائع کی جائیں جنھوں نے کوئی امتیاز حاصل کیا ہو اور ایسی بے شمار تصویریں مہیا ہو سکتی ہیں بشرطیکہ کوشش کی جائے -

بچوں کے اخبار میں "چچا جان" اور "ماموں جان" یا "خالہ جان" کے کالم مفید رہتے ہیں بشرطیکہ ان میں ہر ہفتے کسی نہ کسی اچھے کام کی تلقین کی جائے - بعض اخباروں نے اپنے کالموں کے ذریعے سے انجمنیں اور برادریاں قائم کر رکھی ہیں - یہ رسم بھی جاری رکھنی چاہیے - بشرطیکہ اس میں کوئی نہ کوئی افادی پہلو سامنے رہے -

بچوں کو لکھنے کی عادت ڈالنی چاہیے اور اُن کی بھیجی ہوئی تحریروں کو تصحیح کے بعد چھاپ دینا چاہیے - بلکہ کوشش یہ ہو کہ بڑوں کے لکھے ہوئے مضامین کم از کم جگہ لیں - ایک چیز کا خیال رکھنا بے حد ضروری ہے کہ بچوں تک غلط معلومات نہ پہنچنے پائیں - بچے چھپے ہوئے مواد پر فوراً یقین کر لیتے ہیں - اس لیے اُنھیں جو معلومات بہم پہنچائی جائیں - اُن کی صحت کے بارے میں پورا اطمینان کرنا ضروری ہے -

بچوں کے اخبار کے لیے عملہ

بچوں کے اخبار کا ایک تو ایڈیٹر ہو جس میں وہ اوصاف موجود ہوں جن کا ہم پہلے ذکر کر چکے ہیں ۔ ایک رپورٹر ہونا چاہیے جو رپورٹنگ کے ساتھ ساتھ خبروں کی ادارت بھی کر سکے ۔ یہ رپورٹر اخبار کے حلقۂ اثر میں موجود تمام سکولوں میں ایسے ذہین بچوں کی خدمات حاصل کرے جو اپنے اپنے سکول میں نامہ نگار کے فرائض ادا کر سکیں ۔ انھیں معاوضہ دینا تو ممکن نہیں لیکن وقتاً فوقتاً چھوٹی چھوٹی کتابیں انعام کے طور پر دی جائیں تو اس سے حوصلہ افزائی ہو گی اور وہ شوق سے کام کریں گے ۔ بڑی تقریبوں میں رپورٹر خود شرکت کرے اور چھوٹی تقریبوں کی روداد نامہ نگار بچوں سے حاصل کی جائے ۔

رپورٹر کے علاوہ ایک آرٹسٹ اور ایک فوٹوگرافر کا ہونا ضروری ہے ۔ اور فوٹوگرافر کو یہ ہدایت مستقل طور پر دی جائے کہ وہ کوئی ایسی صورت پیدا نہ کرے کہ کسی مقابلے میں دوم آنے والے بچے کی تصویر چھپ جائے اور اول آنے والے بچے کی تصویر اس لیے نہ آئے کہ اس تک آسانی سے پہنچا نہ گیا ۔ اسی طرح جب بچوں کے گروپ فوٹو لیے جائیں تو کوئی بچہ رہ نہ جائے اور سب چہرے پہچانے جا سکیں ۔

اس باب میں جو معلومات پیش کی گئی ہیں وہ صرف روزنامہ اخباروں سے منسلک بچوں کے اخبار پر صادق نہیں آتیں ۔ بچوں کے آزاد ہفت روزہ اخبار بھی انھی بنیادوں پر چلائے جا سکتے ہیں ۔

خلاصہ

بچوں کے لیے صحافت کا آغاز بچوں کے اخباروں سے ہوا ۔ لیکن رفتہ رفتہ اخبار معدوم ہوتے گئے اور اُن کی جگہ ماہانہ رسالوں نے لے لی ۔ بچوں کے اخباروں کی ادارت بڑے بڑے ادیب کرتے تھے ۔

روزنامہ اخباروں کے اہتمام میں بچوں کے جو اخبار نکلتے ہیں اُن میں عام طور پر رسالوں جیسا مواد دیا جاتا ہے ۔ اُنھیں صحیح قسم کا اخبار بنانے کے لیے ضروری ہے کہ بچوں کی خبریں دی جائیں ۔ اُن کے امتیازات

کی اطلاعات درج کی جائیں اور زیادہ سے زیادہ وقتی یا Topical مواد دیا جائے۔

بچوں کے اخبار کے ایڈیٹر کو صحافت اور ادب ، دونوں میں درک ہونا چاہیے - اخبار کے لیے رپورٹر، آرٹسٹ اور فوٹو گرافر کا تقرر ضروری ہے -

سوالات

۱ - بچوں کے جو اخبار ابتدا میں نکلے ان کے بارے میں آپ کیا جانتے ہیں ؟

۲ - بچوں کے اخبار کا بنیادی تقاضا کیا ہے ؟

۳ - برطانیہ کے اخبار ''چلڈرن نیوز پیپر'' کے مواد پر روشنی ڈالیے -

۴ - اُردو زبان میں بچوں کے ایک اخبار میں کیا کچھ ہونا چاہیے ؟

آدابِ صحافت

صحافیوں کے بین الاقوامی ضابطہ' اخلاق میں لکھا ہے :

''آزادی' صحافت کی بہتر طور پر حفاظت کا تقاضا یہ ہے کہ صحافت اور ابلاغ اجتماعی کے دوسرے اداروں میں کام کرنے والے مسلسل اور رضاکارانہ طور پر جدوجہد کریں کہ ذمہ داری کا اعلیٰ احساس قائم رہے اور واقعات کی رپورٹنگ اور حقائق کی ترجمانی اور تاویل میں صداقت کا اصول ان کے لیے مشعل راہ بنا رہے۔''

اس کا مطلب یہ نہیں کہ آدابِ صحافت کوئی نئی چیز ہیں ۔ جب سے صحافت معرض وجود میں آئی ہے ۔ آداب صحافت کے علم بردار موجود رہے ہیں ۔ خود برعظیم کی اردو صحافت میں سرسید احمد خاں ، محمد علی ، ابوالکلام آزاد اور ظفر علی خاں جیسے عظیم صحافی اس امر پر مسلسل زور دیتے رہے ہیں کہ آداب صحافت کی پابندی کی جائے۔

آداب صحافت اور عام انسانی ،معاشری آداب میں کوئی فرق نہیں ۔ جس طرح ہر انسان سے توقع کی جاتی ہے کہ وہ ذمہ داری ، آزادی' ضمیر ، خلوص ، سچائی اور غیر جانبداری سے انصاف پسندی اور شائستگی کی خوبیاں اپنے کردار اور شخصیت میں پیدا کرے ۔ اسی طرح صحافت سے توقع ہوتی ہے کہ وہ انھی اصول کو شمع راہ بنائے ، جو انسان ان خصوصیات کو اپنی ذات میں بدرجہ اتم سمجھ لیتا ہے ، وہ معاشرے میں احترام کی نظر سے دیکھا جاتا ہے اور جو اخبار ان اصول پر کاربند رہتا ہے اور بڑی سے بڑی مشکل کے باوجود پایہ' ثقاہت سے نہیں گرتا ۔ وہ عوام کے دلوں میں جگہ

حاصل کر لیتا ہے - سچ پوچھیے تو کسی ایک انسان کے بلند اخلاق اور کردار سے صرف چند لوگ متاثر ہوتے ہیں لیکن ایک اچھے اخبار کے اخلاق و کردار کی خوشبو کی لپٹیں سارے معاشرے کو معطر بنا دیتی ہیں - اس لیے عام انسانی آداب کے مقابلے پر آداب صحافت کی اہمیت بہت زیادہ ہے -

جب اخباروں کی اشاعتیں محدود تھیں تو آداب صحافت کی اہمیت بھی محدود تھی - اب اخبار وسیع اشاعتوں کی بدولت لاکھوں افراد کے زیر مطالعہ آتے ہیں اور اُن کی ہر لغزش لاکھوں کے کردار کو متاثر کرتی ہے - چونکہ اب صحافت صنعت بن چکی ہے اور اس میں بڑے بڑے سرمایہ دار روپیہ لگاتے ہیں اور زیادہ منافع کی آرزو بڑھ رہی ہے - اس لیے اشاعتیں بڑھانے کے جنون میں جہاں صحافت فنی ترقی کے مراحل تیزی سے طے کرتی ہے وہاں عوام کے ذوق کی زیادہ سے زیادہ آسودگی کے عمل میں ایسے نازک وقت بھی آ جاتے ہیں جب شائستگی کی حدود سے تجاوز ہو جاتا ہے - بس جوں جوں صحافت ترقی کرتی ہے آداب صحافت کی اہمیت بھی بڑھتی چلی جاتی ہے -

دوسری طرف معاشرے کا چوکنا رہنا بھی ضروری ہے اور یہ اس صورت میں ممکن ہے کہ قارئین کے پاس ایک ایسی کسوٹی ہو جس پر وہ اُن تمام صداؤں اور آوازوں کی اچھائی اور برائی کو پرکھ سکیں جو انھیں ہر لحظہ کثیر الاشاعت اخباروں کی بدولت سنائی دیتی ہیں تاکہ انھیں معلوم ہو کہ کون سے اخبار اپنے فرائض اچھی طرح سرانجام دے رہے ہیں اور کون سے اخبار اپنے فرائض سے انحراف کر رہے ہیں - دنیائے صحافت میں خیر و شر کے امتیازات جانچنے اور پرکھنے کے لیے ایک ہی کسوٹی ہے اور وہ ہے آداب صحافت کے وہ مسلمہ اصول ، جو دنیا بھر میں اعلیٰ صحافت کا طرۂ امتیاز ہیں - پس آداب صحافت دوہری اہمیت کے حامل ہیں - ایک طرف صحافیوں کے لیے ، تاکہ انھیں معلوم ہو کہ انھیں کن حدود کے اندر رہ کر اپنے فرائض کو ادا کرنا ہے اور دوسری طرف معاشرے کے لیے ، تاکہ وہ اچھے اور بُرے اخبار میں امتیاز کر سکے -

اخبار کے بنیادی مقاصد

صحافت کا بنیادی مقصد فلاح عامہ ہے اور اس کے لیے ضروری ہے کہ صحافت:

۱ - عظمت آدم اور شرف انسانی کی حفاظت کرے -

۲ - عوام کے حقوق کی علم بردار بنے -

۳ - خبروں کی فراہمی ، تحریر ، ترتیب ، تاویل اور تشریح میں پوری طرح احتیاط سے کام لے اور تعلیمی ، معلوماتی اور تفریحی مواد پیش کرے -

۴ - مسائل حاضرہ پر سنجیدہ بحث کرے - ہر تعمیری سرگرمی کی حوصلہ افزائی کرے - ہنگامی حالات ، پریشانی کے دور اور آفات کے موقعوں پر عوام کا حوصلہ بلند کرنے میں پیش پیش ہو اور

۵ - مہذب معاشرے کے اصول و روایات کا احترام کرے -

یہ وہ بنیادی مقاصد ہیں جن سے کسی کو اختلاف نہیں ان سے صحافت کئی بار انحراف کرتی ہے لیکن کوئی ایسا اخبار یا ایسا فرد دنیا کے کسی گوشے میں موجود نہیں جو ان مقاصد سے اصولاً اختلاف کرے -

دنیا کے تقریباً ہر ملک میں صحافیوں کی انجمنوں نے ضابطہ ہائے اخلاق بنا رکھے ہیں اور وہ اپنے ارکان سے متوقع ہیں کہ وہ ان کی پابندی کریں گے - ہم ان سب کے مطالعہ کے بعد اور پاکستان کے مخصوص معاشری اور سیاسی اور اخلاقی تقاضوں کی روشنی میں ذیل میں ایک نمونے کا ضابطۂ اخلاق درج کرتے ہیں -

مثالی ضابطۂ اخلاق

۱ - **صداقت :** صداقت صحافت کی جان ہے - حقائق کو تقدیس کا درجہ حاصل ہے اور عوام کو حق حاصل ہے کہ حقائق تک انہیں رسائی ہو - بہرحال اگر شہری بے چینی اور گڑبڑ کی حالت ہو یا ہنگامی حالات کا اعلان کیا جا چکا ہو یا مملکت اور معاشرے کے مفاد کا تقاضا ہو تو حقائق کو

اس رنگ میں نہ پیش کیا جائے جو ایسی کسی صورت حالات کو ابتر بنانے میں مدد دے -

۲ - **صحت معلومات :** خبروں اور آرا کی پیشکش میں صحت معلومات اعلیٰ صحافت کی نشانی ہے - مقامات ، اداروں اور شخصیتوں کے صحیح نام دیے جائیں اور معلومات کی صحت کی جانچ پڑتال ضروری ہے -

۳ - **غیر جانبداری :** خبروں میں حقائق اور آرا کی پیشکش میں غیر جانب دار رہیے - تصویر کے دونوں رخ پوری دیانت داری سے پیش کیجیے - بہر حال جہاں تک ادارتی تبصروں ، مضمونوں ، خصوصی کالموں اور خصوصی نامہ نگاروں کے مکاتیب کا تعلق ہے ان میں اپنی پسند کی رائے آزادی سے دی جا سکتی ہے - جب قومی مفاد کا تقاضا ہو تو قومی اور بین الاقوامی اہمیت کی بعض خبروں کو مطلوبہ سانچے میں ڈھالا جا سکتا ہے -

۴ - **شائستگی :** فریق ثانی کو جواب دینے کا موقعہ دیے بغیر کسی شخص یا ادارے کے خلاف ایسے الزمات نہ چھاپیے جو اُن کے اخلاق یا شہرت پر اثرانداز ہوں - افراد کی خلوت میں مداخلت نہ کیجیے -کسی شخص کی ذات کے بارے میں صرف وہی امور دیجیے جو اُس کی پبلک زندگی سے تعلق رکھتے ہوں - لوگوں کے مذہبی جذبات کو مجروح نہ کیجیے - فحاشی اور غیر شائستگی سے پرہیز کیجیے - بلیک میل نہ کیجیے - نقد یا جنس کی صورت میں رشوت نہ لیجیے اور نہ اپنے صحافتی عہدے کی مدد سے ”دوسرے فوائد“ حاصل کیجیے - ایسی معلومات نہ چھاپیے جنھیں آف دی ریکارڈ یا نا قابل اشاعت قرار دیا گیا ہو - اگر آپ نادانستہ کسی خبر یا رائے میں کوئی غلط بیانی کر چکے ہوں تو اس کی تلافی تحریری معذرت کی اشاعت سے کیجیے -

۵ - **معاشری اقدار :** مہذب معاشرے کے اخلاق اور رائج اقدر کی پابندی ضروری ہے - تمام لوگوں کے حقوق اور حسیات کا احترام کیجیے - ازدواجی رشتے اور گھریلو زندگی کے تقدس کا خیال رکھیے - نوع انسانی کے وقار اور اُخوت کے اصول کی حفاظت کیجیے-

۶ - مملکت اور قوم کے بارے میں ذمہ داریاں : کوئی ایسی چیز نہ چھاپیے جس سے بالواسطہ ایسے امکان پیدا ہوں :

—تشدد کی حوصلہ افزائی
—نظم و نسق کے قیام میں مداخلت
—عدالتوں کے نظم و نسق میں مداخلت
—از روئے قانون قائم شدہ حکومت کے خلاف تمسخر ، نفرت یا حقارت پیدا ہونا
—کسی صوبے ، علاقے ، فرقے یا جماعت کے افراد کے خلاف دشمنی کا جذبہ پیدا کرنا
—غیر ملکی مملکتوں سے دوستانہ تعلقات پر برا اثر ڈالنا
—مسلح افواج یا پولیس کے نظم و ضبط یا مورال (حوصلہ) میں بگاڑ
—ایسے سرکاری دستاویزات کا افشا ، جنھیں " خفیہ " قرار دیا گیا ہو -
—مملکت کے راز ہائے سربستہ کا افشا
—وزرا اور حکام پر ہتک آمیز اور دشنام آمیز حملے

۷ - سرخیاں : سرخی کے الفاظ ، جہاں تک ممکن ہو ، خبر کے متن کے عین مطابق ہوں - ڈرامائی اثر پیدا کرنے کے لیے سرخی میں مبالغہ نہ آنے دیجیے -

۸ - جنس و جرم کی خبریں : ایسی خبریں نہ چھاپیے :

—معمولی جرائم
—اخبار کے حلقۂ اشاعت سے باہر ہونے والے جرائم
—وہ جرم ، جو بچوں سے سرزد ہوئے
—طلاق کے مقدمات
—خودکشی کے ایسے واقعات ، جن کا تعلق معمولی لوگوں سے ہو

ان لوگوں کے نام نہ چھاپیے :

—پہلی بار جرم کا ارتکاب کرنے والے
—اغوا شدہ لڑکیاں
—اغوا شدہ لڑکے (جب اغوا کا تعلق جنس سے ہو)

— جنسی جرائم کے شکار افراد

نہ جرم کو کارنامے کی صورت دیجیے نہ مجرم کو بہادر ظاہر کیجیے - جنس و جرم کی کوئی خبر جب تک واقعی نہایت اہم نہ ہو اُسے اہمیت نہ دیجیے - ایسی تفاصیل نہ بیان کیجیے جس سے دوسروں کو نقل یا تقلید کی ترغیب ہو - وحشیانہ قتل ، سخت اذیت پہنچانے کی واردات ، جسمانی عذاب وغیرہ کی تفاصیل نہ دیجیے - جنسی جرائم کی کوئی تفصیل نہ دیجیے - ایسی خبریں اس انداز میں لکھیے کہ اُنھیں گھر کے سب افراد کے سامنے بلند آواز سے پڑھا جا سکے -

۹ - **تصویری صحافت :** جو شخص تصویر کا موضوع ہو اُس کی اجازت لیے بغیر تصویر نہ چھاپی جائے ، ماسوائے مندرجہ ذیل کے :

— جہاں کسی پبلک مقام پر مشترکہ مفاد کی بنا پر لوگ اکٹھے ہو جائیں -

— جب تصویر کا موضوع شخص رضاکارانہ طور پر اپنے آپ کو پبلک کے سامنے پیش کرتا ہے -

— جب عام دلچسپی کی کسی خبر کے ساتھ کوئی تصویر دی جائے -

— جن لوگوں کو اخلاقی جرائم کے سلسلے میں پکڑا جائے اُن کی تصاویر نہ چھاپیے لیکن یہ کلیہ مفرور ملزموں کی اُن تصاویر پر صادق نہیں آتا جنھیں اس لیے چھاپا جاتا ہے تاکہ اُن کا سراغ مل سکے -

— گرفتار شدہ فاحشہ عورتوں کی تصویریں چھاپنا نامناسب ہے - اسی طرح ایکٹرسوں یا رقاصاؤں کی نیم عریاں تصویریں نہیں چھاپنی چاہییں -

— مسخ شدہ نعشوں کو خبری تصاویر کا موضوع نہ بنایا جائے -

— موضوعِ تصویر کی اجازت کے بغیر تصویر میں کوئی تبدیلی نہ کی جائے لیکن عام اصلاح (ری ٹچنگ) ، تراش خراش (Clipping) اور ادارتی عمل اس سے مستثنیٰ ہیں -

۱۰ - **کارٹون :** کوئی کارٹون ایسا نہ ہو جس سے ذم کا پہلو نکلتا ہو - صدر مملکت ، اور روحانی اور مذہبی رہنماؤں کو کارٹون کا موضوع نہ بنایا جائے - ایسا کارٹون بھی نہ چھاپا جائے جس سے افراد کی کسی جماعت کی تضحیک ہوتی ہو -

۱۱ - **اشتہارات :**

— ایسا کوئی اشتہار نہ چھاپا جائے جس میں بالواسطہ یا بلاواسطہ کسی تجارتی حریف کی مخالفت کی گئی ہو -
— لاٹری اور انعامی معموں کے ایسے اشتہار نہ چھاپے جائیں جو مشکوک نوعیت کے تجارتی اداروں کی طرف سے آئیں -
— قسمت کا حال بتانے والوں اور تعویز گنڈے بیچنے والوں کے اشتہار شائع نہ کیے جائیں -
— فحش اشتہارات کی اشاعت نہایت مذموم حرکت ہے -
— سینما ، رقص و موسیقی کی محفلوں اور شبینہ کلبوں کے اشتہارات میں جو نیم عریاں عورتوں کے نامناسب پوز نہ چھاپے جائیں -
— خبروں ، مضامین ، تصاویر اور فیچروں کے روپ میں جو تجارتی اشتہار آئیں اُنھیں اس طرح سے چھاپا جائے کہ صاف معلوم ہو یہ اشتہار ہیں - ان کے متن کا ٹائپ یا کتابت کا قلم بھی عام خبروں سے مختلف ہو -

۱۲ - **مزاحیہ کالم :** مزاحیہ کالم کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ حالات حاضرہ کے مضحک پہلوؤں کو نمایاں کیا جائے - یہ مقصد بھی ناجائز نہیں کہ اپنے سیاسی مخالفین کا مضحکہ اُڑایا جائے لیکن مندرجہ ذیل احتیاطیں ضروری ہیں :

— کوئی غلط بیانی نہ کی جائے -
— کسی کی دلآزاری نہ کی جائے -
— اس طرح مزاح پیدا کیا جائے کہ جو اس کا نشانہ ہو وہ بھی لطف اُٹھائے -

۱۳ - **پریس کانفرنس :** رپورٹر پریس کانفرنس میں اپنی رائے کا اظہار

نہ کریں کیونکہ اُن کا منصب اپنی رائے کا اظہار نہیں بلکہ دوسرے کی رائے معلوم کرنا ہے۔ اُنھیں یہ حق حاصل ہے کہ وہ متعلقہ شخصیت سے اُس کے بیان کے کسی پہلو کی مزید وضاحت کے لیے سوال پوچھیں۔ لیکن اگر وہ جواب نہ دے تو یہ مناسب نہیں کہ جواب پر اصرار کیا جائے۔

پاکستان کا ضابطۂ اخلاق

پاکستان میں دو ضابطہ ہائے اخلاق رائج ہیں۔ ایک کونسل آف پاکستان نیوز پیپر ایڈیٹرز (مجلس مدیران جرائد پاکستان۔ انگریزی میں اس کا مخفف CPNE رائج ہے) نے جولائی ۱۹۶۵ء میں منظور کیا۔ دوسرا پاکستان فیڈرل یونین آف جرنلسٹس کا ضابطۂ اخلاق، جس کا اعلان ۱۹۵۱ء میں ہؤا تھا۔ ان دونوں کے متن درج کیے جاتے ہیں۔

مدیرانِ اخبار کا ضابطۂ اخلاق: "پریس کے اس ضابطۂ اخلاق پر دستخط کرنے والوں کی یہ حتمی رائے ہے کہ اخبارات کو رضاکارانہ ضابطۂ اخلاق پر ضرور عمل کرنا چاہیے تاکہ وہ آزادی کے ساتھ اور معاشرے کے لیے انتہائی مفید طور پر اپنی ذمہ داریوں سے عہدہ برآ ہو سکیں۔ چنانچہ دستخط کرنے والے مدیرانِ جرائد مندرجہ ذیل ضابطے کے مطابق کام کرنے کا فیصلہ کرتے ہیں:

۱۔ پیشۂ صحافت کو ایک عوامی ادارے کی حیثیت حاصل ہے۔ اسے ایسے انفرادی یا سماج دشمن مقاصد کی تکمیل کا ذریعہ نہیں بننا چاہیے جو اس پیشے کے تقاضوں کے منافی اور عوامی مواد کے لیے مضرت رساں ہوں۔

۲۔ مضامین، خبروں، تصاویر اور اشتہارات وغیرہ کی اشاعت میں درج ذیل باتوں سے ہر صورت میں اجتناب ضروری ہو گا۔

ا۔ اخلاق باختگی یا فحاشی

ب۔ مضامین میں افراد، اداروں یا گروہوں کے خلاف عامیانہ اور بازاری الفاظ و اصطلاحات۔

ج۔ افراد کی نجی زندگیوں کو اس انداز سے پیش کرنا کہ ان کی تضحیک و توہین مقصود ہو۔ البتہ عوامی مفاد کی خاطر

افراد کو بے نقاب کرنا قابل اعتراض نہیں ہو گا ۔

د ۔ افراد ، اداروں ، گروہوں یا ایک اخبار کی طرف سے دوسرے اخبار کے خلاف ہتک آمیز یا غلط الزامات ۔

۳ ۔ واقعات پر تبصرے اور خبریں منصفانہ اور حقیقت پر مبنی ہونی چاہییں ۔ حقائق سے دانستہ گریز کی اجازت نہیں ہونی چاہیے ۔

۴ ۔ سرخیاں خبروں کے مندرجات سے مختلف یا ان کے منافی نہیں ہونی چاہییں ۔

۵ ۔ جو بیانات اشاعت کی غرض سے نہ دیے جائیں اُنھیں چھاپنا نہیں چاہیے ۔

۶ ۔ صحافی کو اپنے ذرائع و مآخذ کی رازداری کا تحفظ کرنا چاہیے اور اس پر جو اعتماد کیا جائے اُسے برقرار رکھنا چاہیے ۔

۷ ۔ خبروں، مضامین اور تصاویر کی تاریخ اشاعت پر پابندیوں کو ملحوظ رکھنا چاہیے ۔

۸ ۔ خبروں ، مضامین ، تصاویر اور فیچر کی شکل میں معاوضہ پر تجارتی اعلانات یا اشتہارات اس انداز میں شائع کیے جائیں کہ ان کے تجارتی اعلانات یا اشتہارات ہونے کے بارے میں کوئی شک و شبہ نہ رہے ۔

۹ ۔ اخبارات ، رسائل یا خبر رساں ایجنسیوں کی جانب سے شائع ہونے والی کسی غلط اطلاع کے نتیجے میں جائز تصحیح یا تردید جلد از جلد اس انداز سے چھاپی جائے کہ اصل خبر سے (جس کے باعث تصحیح یا تردید جاری کرنا ضروری ہو گا) پیدا ہونے والا تاثر یکسر ختم ہو جائے ۔

۱۰ ۔ اخبارات ایسی خبروں ، تبصروں ، تصویروں یا اشتہاروں کو شائع نہیں کریں گے جن سے ملک کی سلامتی یا قومی استحکام کو نقصان پہنچنے کا احتمال ہو ۔

۱۱ ۔ اخبارات ایسی کوئی چیز شائع کرنے سے احتراز کریں گے جس سے مسلح افواج پاکستان کے کسی رکن کی وفاداری کو زک پہنچے ۔

۱۲ - اخبارات کوئی ایسی چیز شائع نہیں کریں گے جس سے عوام کے مختلف طبقوں کے درمیان منافرت پیدا ہو - البتہ علاقوں اور گروپوں کے درمیان عدم مساوات کے معاملے میں شکایات اور نظریات کی جائز ترجمانی کی جا سکتی ہے -

۱۳ - کسی دوسرے ملک کے واقعات بتانے اور ان پر تبصرہ کرنے کے سلسلے میں اخبارات اس ملک کے بارے میں ضروری معلومات حاصل کریں گے تاکہ وہ منصفانہ اور حقیقت پسندانہ رپورٹنگ اور تبصرے کر سکیں -

۱۴ - (الف) قومی اور صوبائی اسمبلیوں کی کارروائی کی روداد شائع کرتے وقت کارروائی کے ایسے حصے شائع نہیں کیے جائیں گے - جنھیں سپیکر نے اسمبلی کے ریکارڈ سے حذف کرنے کا حکم دیا ہو - ایوان کے تمام طبقوں کی تقاریر کی صحیح رپورٹ پیش کرنے کی ہر ممکن کوشش کی جائے گی -

(ب) عدالتوں یا ٹریبونل اداروں میں زیر سماعت بالخصوص ایسے مقدمات کی کارروائی کی رپورٹنگ کرتے وقت ، جو سیاسی اہمیت رکھتے ہوں ، یہ احتیاط کی جائے گی کہ استغاثہ یا صفائی کی طرف سے عدالتوں میں جو موقف یا شہادت یا دلائل پیش کیے گئے ہوں ان میں کوئی تحریف نہ کی جائے -

۱۵ - (الف) مزدوروں کے متعلق کسی معاملہ میں اخبارات واقعات کو حقیقت پسندانہ انداز میں پیش کریں گے- وہ صنعتی اور دوسرے پیداواری یونٹوں ، رفاہ عامہ کے اداروں اور لازمی سروسز میں کسی صورت میں بھی ہڑتالوں یا بد امنی کی کسی دوسری صورت کی حوصلہ افزائی نہیں کریں گے البتہ صنعتی تعلقات اور حالات کار پر جائز تبصرے اس شق کے ماتحت نہیں آئیں گے -

(ب) طلبہ کے مسائل کے سلسلے میں اخبارات ایسی کوئی چیز شائع نہیں کریں گے جس سے طلبہ میں غیر تعلیمی امور کے متعلق ایجی ٹیشن کی حوصلہ افزائی ہو البتہ اخبارات کو یہ حق حاصل

ہو گا - کہ وہ طلبہ سمیت شہریوں کے ہر طبقے کے بارے میں تعصب و جانبداری سے پاک خبریں اور نظریات پیش کر سکیں گے -

۱۶ - کوئی اخبار کسی بیرونی ملک یا ادارے سے کوئی مالی امداد یا مالی مفاد کسی شکل میں بھی قبول نہیں کرے گا - اس کا اطلاق معاوضہ والے اشتہارات پر نہیں ہو گا -

۱۷ - اخبارات اس ضابطہ اخلاق کو برقرار رکھیں گے اور ضابطہ پر دستخط کرنے والے اخبارات میں سے کسی میں اس ضابطہ کے خلاف کوئی چیز شائع نہیں ہونے دیں گے "-

کارکن صحافیوں کا ضابطہ اخلاق : اس ضابطہ اخلاق کے دو پہلو ہیں - ایک پہلو صحافت کی عمومی اخلاقی اقدار سے تعلق رکھتا ہے اور دوسرا پہلو کارکن صحافیوں کے باہمی طرز عمل کے بارے میں طریق کار معین کرتا ہے - ابتداء میں بتایا گیا ہے کہ کارکن صحافی کی دو وفاداریاں ہیں - ایک یونین کے ساتھ، دوسری آجر کے ساتھ - جب تک آجر شرائط پوری کرتا ہے اور صحافیوں سے ایسی خدمات کا مطالبہ نہیں کرتا جو پیشے کے احترام اور ٹریڈ یونین ازم کے اصول سے متصادم نہ ہوں آجر سے کوئی تصادم نہیں کیا جائے گا - اس کے بعد تیرہ نکات پیش کیے گئے ہیں -

۱ - کسی رکن کو کوئی ایسی حرکت نہ کرنی چاہیے جو اُس کی اپنی، یونین کی، اخبار کی اور پیشے کی شہرت کو نقصان پہنچائے - وہ یونین کے قواعد کا مطالعہ کرے اور یونین کے مفاد کے خلاف کچھ نہ کرے -

۲ - اشاعت کے لیے یا خبر دبانے کے لیے، اگر کوئی اخبار نویس رشوت قبول کرتا ہے تو اس کا یہ اقدام شدید ترین پیشہ ورانہ جرائم میں شامل ہو گا -

۳ - ہر اخبار نویس اپنے ماتحتوں سے ویسا ہی سلوک کرے جس کا وہ اپنے سے برتر عہدوں پر فائز اخبار نویسوں سے متوقع ہے -

۴ - دیانت داری سے اخباری حقائق کی فراہمی اور اشاعت کی آزادی

اور منصفانہ تبصرہ اور تنقید ایسے اصول ہیں جن کی حفاظت ہر اخبار نویس کا فرض ہے۔

۵ - جو رکن اپنی ملازمت ختم کرنا چاہتا ہے اُس کا فرض ہے کہ معاہدے کے مطابق باقاعدہ نوٹس دے۔ البتہ اگر آجر اجازت دے تو اس طریق کار میں ترمیم ہو سکتی ہے۔

٦ - کوئی رکن غیرمناسب ہتھکنڈوں سے ترقی حاصل کرنے یا کسی اور صحافی کی پوزیشن لینے کی کوشش نہ کرے۔ یونین کے کسی فری لانس رکن کو اگر کوئی باقاعدہ یا جز وقتی کام ملا ہو تو کوئی دوسرا رکن بالواسطہ یا بلاواسطہ اُس کام کو اپنے لیے یا کسی اور کے لیے حاصل کرنے کی کوشش نہ کرے۔

۷ - یہ غیر پیشہ ورانہ کردار ہے کہ نقل یا سرقہ کر کے کسی اور اخبار نویس کی محنت سے ناجائز فایدہ اُٹھایا جائے یا کسی اور کی محنت کے نتیجے کو اپنی سطری کارکردگی (Linage) بڑھانے کے لیے استعمال کیا جائے۔

۸ - اگر مرکزی مجلس عاملہ یا کوئی ماتحت مجلس کوئی ایسا منصوبہ تیار کرے جس کا مقصد یہ ہو کہ مختلف دفاتر میں باقاعدہ کام کرنے والے ارکان کے پاس جو فالتو کام سطری کارکردگی (Linage) کی بنا پر موجود ہے اُسے جمع کر کے کسی فری لانس رکن کے لیے ذریعۂ روزگار مہیا کیا جائے تو ارکان وہ فالتو کام چھوڑنے کو تیار ہوں گے۔

۹ - ہر کارکن کا فرض ہے کہ سب سے پہلے اپنے اخبار کا کام کرے جہاں وہ ملازم ہے۔ ہر رکن آزاد ہے کہ اپنے فالتو وقت میں تخلیقی کام کرے لیکن اُسے اپنے آرام کے وقت یا چھٹیوں میں کوئی ایسا فالتو کام نہیں کرنا چاہیے جس سے کسی بیکار رکن کے لیے ملازمت کا موقع ضائع ہوتا ہو۔ یونین جب اپنے ارکان کے لیے آرام کے دن حاصل کرتی ہے تو اس کی بنیاد اس امر پر ہوتی ہے کہ شدید مشقت کے بعد مزدور کو اپنی قوت کارکردگی بڑھانے

کے لیے آرام کی ضرورت ہے - لیکن اگر اخبار نویس اس وقفے کو بھی کسی کام میں صرف کر دیں تو اُس سے یونین کے اُن مقاصد کو نقصان پہنچتا ہے جن کا تعلق اس بات سے ہے کہ کام کے اوقات گھٹائے جائیں -

۱۰ - اگرچہ دوسرے ممبروں کی مدد کا جذبہ ہمیشہ موجود رہنا چاہیے لیکن جب کوئی بیکار ممبر ملازمت کا طلب گار ہو تو اس صورت میں اس کی مدد ممبروں کا اہم فرض بن جاتی ہے -

۱۱ - اخبار نویس اپنے اخبار یا ایجنسی کو جو مواد فراہم کرتا ہے اُس کی صحت کے لیے اُسے اپنی ذاتی ذمہ داری کا پورا احساس ہونا چاہیے - اسے چاہیے کہ یونین کے راز یا پیشہ ورانہ راز محفوظ رکھے اور معلومات اور نجی دستاویزات کے ذرائع کے بارے میں ان پر جو اعتماد کیا جائے اُس کا احترام کریں - اُس کا فرض ہے کہ معلومات یا دستاویزات کے بارے میں غلط بیانی نہ کرے اور حقائق کے توڑ مروڑ یا غلط رنگ میں پیش کرنے سے گریز کرے -

۱۲ - خبروں یا تصویروں کے حصول میں رپورٹر اور اخباری فوٹوگرافر کوئی ایسی حرکت نہ کریں جس سے معصوم ، غمزدہ یا دوسرے پریشان لوگوں کو اذیت پہنچے یا اُن کی ذلت ہو - خبری تصاویر اور دستاویزات صرف دیانتدارانہ طریقوں سے حاصل کی جائیں -

۱۳ - ہر اخبار نویس اُن خطرات کو اپنے ذہن میں رکھے جو ہتک عزت ، توہینِ عدالت اور حقِ تصنیف کے قوانین سے تعلق رکھتے ہیں - عدالتی کارروائیوں کی تحریر و اشاعت میں یہ ضروری ہے کہ تمام فریقوں سے مساوی برتاؤ کیا جائے -

ضابطۂ اخلاق پر عمل درآمد کا مسئلہ

ضابطۂ اخلاق کو معرض تحریر میں لایا جائے یا نہ لایا جائے دنیا کے ہر ملک میں یہ اصول تسلیم کیا جاتا ہے کہ صحافت کو اعلیٰ اخلاقی اقدار کی پابندی کرنی چاہیے اور چونکہ ترقی یافتہ ملکوں میں رائے عامہ منظم ہے اس لیے ان اقدار کی پابندی رائۂ عامہ کے خوف سے بھی ہوتی ہے -

بہرحال جن ملکوں میں ضابطۂ اخلاق موجود ہے وہاں یہ ضرورت بھی محسوس کی جاتی ہے کہ صحافیوں کی عام جماعتوں کے علاوہ کوئی ایسا ادارہ بھی قائم ہو جو یہ محاسبہ کرے کہ ضابطۂ اخلاق کی پابندی ہوتی ہے یا نہیں ، اور اگر نہ ہوتی ہو تو اس کا مداوا سوچے ۔ چنانچہ بعض ملکوں میں رضاکارانہ صحافتی عدالتیں (Press Courts of Honour) قائم ہوئیں ۔ ۱۹۵۳ء میں برطانوی صحافت نے اپنا معیار بلند کرنے کی غرض سے ایک رضاکارانہ پریس کونسل قائم کر دی جس کا مقصد یہ تھا کہ اخبار نویس اور صحافت سے تعلق رکھنے والے دوسرے عناصر اپنے کردار کا محاسبہ خود کریں ۔ ایک طرف آزادیٔ صحافت کی نگہبانی کریں اور دوسری طرف برطانوی صحافت کے ایسے کردار کو برقرار رکھیں جو اعلیٰ ترین پیشہ ورانہ اور تجارتی معیار سے عبارت ہو ۔ یہ کونسل اب بھی قائم ہے اور اس نے صحافت کی اخلاقی قدروں کو آگے بڑھانے اور خرابیوں کی نشان دہی میں نمایاں خدمت سرانجام دی ہے ۔ اس کا طریق کار یہ ہے کہ جس شخص کو کسی اخبار سے کوئی حقیقی شکایت ہو وہ سیکرٹری کے پاس آتی ہے ۔ سیکرٹری مذکورہ اخبار کے ایڈیٹر سے مل کر اُس کا جواب حاصل کر لیتا ہے ۔ جب کچھ شکایات جمع ہو جاتی ہیں تو کونسل کے اجلاس میں پیش ہوتی ہیں ۔ اگر کونسل شکایت کو جائز سمجھتی ہے تو وہ اپنا فیصلہ دیتی ہے کہ اخبار غلطی پر ہے اور یہ فیصلہ سب اخباروں میں چھپ جاتا ہے اور اس طرح غلطی کی نشان دہی ہو جاتی ہے ۔ برطانوی پریس کونسل کے قیام کے بعد بہت سے ملکوں میں ایسی کونسلیں یا رضاکارانہ صحافتی عدالتیں قائم ہوئیں ۔

۱۹۵۹ میں پاکستان کے پریس کمشن نے بھی پریس کونسل کے قیام کی سفارش کر دی اور یہ مقاصد تجویز کیے :

۱ ۔ صحافیوں میں اعلیٰ پیشہ ورانہ معیار کا قیام اور ذمہ داری کے اعلیٰ احساس کی تخلیق ۔

۲ ۔ ان تمام امور پر غور و فکر ، جن سے عوامی مفاد اور اہمیت کی معلومات کی بہم رسانی میں رکاوٹ ہو یا جو ان معلومات کی صحت

کو متاثر کریں ۔
۳ ۔ صحافت کے پیشے کے لیے بھرتی ، تعلیم اور تربیت کے طریقوں کی بہتری ۔
۴ ۔ صحافیوں کی عمومی بہبود ۔
۵ ۔ اس پیشے سے منسلک تمام گروہوں کے درمیان مناسب تعلقات کا قیام ۔
۶ ۔ نامناسب قسم کی صحافت اور صحافیوں میں نامناسب طرز عمل کی حوصلہ شکنی ۔

پریس کمشن کی تجویز تھی کہ یہ کونسل رضاکارانہ ادارہ نہ ہو بلکہ اسے قانونی حیثیت حاصل ہو ۔ اس کی صدارت پر پاکستان کے چیف جسٹس کی نامزد کردہ کوئی ایسی شخصیت فائز کی جائے جسے علمی دنیا میں مسلمہ امتیاز حاصل ہو اس کے ارکان کی تعداد بیس ہو ۔ جو مندرجہ ذیل گروہوں کی نمائندگی کریں :

کارکن صحافی	۵	مدیران جرائد	۵
مالکان جرائد	۵	انٹر یونیورسٹی بورڈ	۲
مرکزی وزارت دفاع ، تعلیم و اطلاعات	۱		
وزارت اطلاعات (مغربی پاکستان)	۱		
وزارت اطلاعات (مشرقی پاکستان)	۱		

پاکستان کی صحافتی عدالت : جولائی ۱۹۶۵ ء میں جب کونسل آف پاکستان نیوز پیپر ایڈیٹرز نے اپنا ضابطۂ اخلاق چھاپا تو اس کے عمل درآمد کے لیے ایک '' پریس کورٹ آف آنر '' کی تشکیل کا بھی منصوبہ پیش کیا ۔ اس صحافتی عدالت کے دستور العمل کا مکمل متن درج کیا جاتا ہے ۔

۱ ۔ کونسل آف پاکستان نیوز پیپر ایڈیٹرز کی سٹینڈنگ کمیٹی ایک پریس کورٹ آف آنر قائم کرے گی ۔ جو ہائیکورٹ کے ایک ریٹائرڈ جج (چیئرمین) اور چھ ایڈیٹروں پر مشتمل ہوگی جن میں سے ایک کورٹ کا سکریٹری ہوگا ۔ ان ارکان میں سے نصف اصحاب ہر سال ریٹائر ہو جایا کریں گے ۔ پہلی ریٹائرمنٹ کا فیصلہ قرعہ اندازی

سے ہو گا ۔ ریٹائر ہونے والے ممبر اپنی ریٹائرمنٹ کی تاریخ سے بارہ ماہ گذرنے سے قبل دوبارہ انتخاب میں حصہ نہیں لے سکیں گے ۔ کورٹ کا کوئی ممبر ایسے امور میں حصہ نہیں لے گا جن میں اس کا اپنا اخبار ملوث ہو ۔

۲ ۔ سیکرٹری

ا ۔ سیکرٹری کسی ایسے فریق کی جانب سے تحریری شکایات وصول کرے گا جسے ضابطہ کے کسی دستخط کنندہ اخبار سے ضابطے کی خلاف ورزی کی شکایت ہو گی ۔

ب ۔ سیکرٹری شکایت کو کورٹ میں پیش کرے گا اور کورٹ کے کہنے پر متعلقہ اخبار کے ایڈیٹر سے رپورٹ طلب کرے گا ۔

ج ۔ اس رپورٹ کے موصول ہونے پر ، یا اگر تیس روز کے اندر رپورٹ نہ آئی تو چیئرمین کی ہدایت پر کورٹ کا اجلاس طلب کرے گا جس میں شکایت کنندہ کے نمائندوں اور متعلقہ ایڈیٹروں کو مدعو کیا جائے گا ۔

د ۔ اس قسم کی کسی شکایت پر کورٹ آف آنر کا فیصلہ ایک اعلامیے کی صورت میں جاری کیا جائے گا ۔ ضابطے پر دستخط کرنے والے تمام اخبارات اور رسائل کے لیے اس کی اشاعت لازمی ہو گی ۔ اگر کسی نے اسے شائع نہ کیا تو یہ ضابطے کی خلاف ورزی متصور ہو گی اور اس سلسلے میں مناسب کارروائی کی جائے گی ۔

۳ ۔ عدالت ضابطے کی خلاف ورزی کرنے والے اخبار کو انتباہ کر سکتی ہے یا اس کی مذمت کر سکتی ہے یا وہ فریقین میں مصالحت کی کوشش کر سکتی ہے ۔

۴ ۔ اگر کوئی اخبار سنگین جرم کا مرتکب پایا گیا تو عدالت کہہ سکتی ہے کہ جس صحافتی جماعت کا وہ رکن ہے وہ جماعت اس اخبار کو خارج کر دینے پر غور کرے یا اسے اپنے تحفظ یا پناہ سے محروم کر دے ۔

۵ - کورٹ کے چیئرمین کو کسی دستخط کنندہ کے خلاف ضابطہ شکنی پر از خود بھی کارروائی شروع کرنے کا حق حاصل ہوگا -

۶ - شکایت کنندہ ، خواہ وہ حکومت ہو یا کوئی فرد ، پریس کورٹ آف آنر سے شکایت کرنے کے بعد کوئی اور کارروائی سے احتراز کرے گا اور کورٹ آف آنر کا فیصلہ قبول کرنے کا پابند ہوگا -

۷ - تمام دستخط کنندہ اخبارات ، رسائل اور نیوز ایجنسیوں پر ان دفعات کا اطلاق ہوگا -

۸ - جو اخبارات یا رسالے کونسل آف پاکستان نیوز پیپر ایڈیٹرز کے رکن نہیں ہیں اُنھیں بھی اس کے ضابطے کے دستخط کنندگان میں شامل ہونے کا حق حاصل ہوگا -

اصل محتسب رائے عامہ ہے : پریس کونسلیں اور صحافتی عدالتیں ضابطہ ہائے اخلاق کی پابندی کے سلسلے میں جو کچھ کرتی ہیں اس کی کامیابی کا دارومدار رائے عامہ پر ہے - اگر رائے عامہ جان دار ہوگی تو اخبارات کی یہی کوشش ہوگی کہ اُن کی کسی غلطی کی نشان دہی نہ ہو مبادا کہ لوگ اُن سے بدظن ہو کر مختلف اخبار پڑھنے لگیں - لیکن اگر رائے عامہ کمزور ہوگی تو پھر ایسے اداروں کا بہت کم فائدہ ہوگا -

خلاصہ

آداب صحافت اور عام معاشری آداب میں کوئی فرق نہیں - لیکن آدابِ صحافت کی اہمیت بہت زیادہ ہے کیونکہ ان سے سارا معاشرہ متاثر ہوتا ہے -

صحافت کے بنیادی مقاصد یہ ہیں : فلاح عامہ ، خبروں اور معلومات کی فراہمی ، عوامی حقوق کی علمبرداری ، معاشرتی روایات کا احترام - یہی وہ بنیادیں ہیں جن پر آداب صحافت کا قصر تعمیر ہوتا ہے - ایک مثالی ضابطۂ اخلاق میں ان امور کا شامل ہونا ضروری ہے : صداقت ، صحت معلومات ، غیر جانبداری ، شائستگی ، معاشری اقدار کا احترام ، مملکت اور قوم کے بارے میں ذمہ داریاں ، سرخیوں کی صحت ، جنس و جرم کی

خبروں کی اشاعت میں احتیاط ، تصویری صحافت کے آداب ، اور کارٹون اور اشتہاروں کی اشاعت میں احتیاطیں ، مزاحیہ کالم اور پریس کانفرنسوں کے آداب -

پاکستان کے مدیران جرائد کی کونسل نے ایک سترہ نکاتی ضابطہ اخلاق نافذ کیا ہے اور کارکن صحافیوں کی کل پاکستان جماعت نے بھی ایک ضابطہ نافذ کر رکھا ہے -

ضابطہ ہائے اخلاق کے عمل درآمد کے لیے مختلف ملکوں میں رضاکارانہ صحافتی عدالتیں اور پریس کونسلیں قائم ہیں - پاکستان میں بھی رضاکارانہ صحافتی عدالت قائم ہے - لیکن ان اداروں کی کامیابی کا دارومدار رائے عامہ پر ہوتا ہے کیونکہ اصل محتسب رائے عامہ ہی ہوتی ہے -

سوالات

۱ - آداب صحافت کی اہمیت پر روشنی ڈالیے -

۲ - ایک مثالی ضابطۂ اخلاق میں کیا کچھ ہونا چاہیے اور کیوں ؟

۳ - پاکستان کے مدیران جرائد کی کونسل نے جو ضابطہ اخلاق نافذ کر رکھا ہے اُس کے بنیادی نقطے واضح کیجیے -

۴ - کارکن صحافیوں کے ضابطۂ اخلاق اور مدیران جرائد کے ضابطۂ اخلاق میں کیا فرق ہے اور کیوں ؟

۵ - ضابطۂ اخلاق کے عمل درآمد کے مسئلے پر بحث کیجیے -

۶ - ان امور پر مختصر نوٹ لکھیے :

ا - جنس و جرم کی خبروں کی اشاعت کے آداب -

ب - برطانوی پریس کونسل -

ج - صحافت کے بنیادی مقاصد -

د - پاکستان کی رضاکارانہ صافتی عدالت کے دستورالعمل کا خاکہ -

۷ - ''اصل محتسب رائے عامہ ہے'' اس پر سیر حاصل بحث کیجیے -

آزادیٔ صحافت

حرّیت خیال انسان کا پیدائشی حق ہے اور آزادیٔ اظہار اس کا عملی روپ ہے۔ اس لیے یہ بھی انسان کا بنیادی حق ہے اور یہ کوئی آج کی بات نہیں، صدیوں سے ہماری یہی ریت چلی آتی ہے کہ حریت خیال اور آزادیٔ اظہار کو حرز جاں بنا کر رکھیں۔ طاغوتی طاقتوں نے فکر و نظر پر پہرے بٹھائے۔ کسی کو زہر پلایا تو کسی کو دار و رسن کی آزمایش میں ڈالا لیکن انسانیت کا کارواں بدستور رواں دواں رہا۔ یہ عمل ہزارہا سال سے جاری ہے اور ہمیشہ رہے گا اور جب کوئی طاغوتی قوت ضمیر انسانی کو کچلنے کے درپے ہو گی کوئی نہ کوئی سقراط ضرور یہ نعرہ بلند کرے گا کہ جس طرح آفتابِ درخشاں کو اپنی ضیاباریوں سے نہیں روکا جا سکتا اسی طرح معاشرے سے آزادیٔ اظہار کا حق چھیننا ناممکن ہے۔

آزادیٔ اظہار کے کئی روپ ہیں۔ ان میں ایک روپ آزادیٔ صحافت کا ہے۔ جس کے تقدس میں کسی کو شبہ نہیں ہو سکتا سوائے اُن لوگوں کے جن کا دماغ بے حس ہے اور ضمیر مردہ۔ جب سے صحافت معرضِ وجود میں آئی ہے آزادیٔ صحافت اس کا بنیادی اصول رہا ہے اور جن صحافیوں کا ضمیر سلامت رہا اُنھوں نے اس کی خاطر بڑی سے بڑی قربانی دی ہے۔ اُنھوں نے صحافت کی کھیتی کو اپنے خون سے سینچا ہے۔ یہی وجہ ہے کہ ریڈیو اور ٹیلی ویژن کی ایجاد کے باوجود صحافت اب بھی رائے عامہ کی تشکیل کا سب سے بڑا آلہ ہے اور یہ برابر ترقی پذیر ہے۔ یہ الگ بات ہے کہ جہاں تہذیب کی روشنی جلد پہنچی وہاں یہ جوانی کی منزل میں قدم رکھ رہی ہے لیکن جہاں سامراجی استحصال نے انسانوں کو دولت علم سے محروم رکھا اور مادی وسائل کو بروئے کار نہ لانے دیا وہاں صحافت اب بھی گھٹنوں کے بل چل رہی ہے۔

آزادی کے ساتھ پابندیاں : آزادیٔ اظہار کے اصول کی ہمہ گیر قوت کا اندازہ کیجیے گا کہ دنیا کے ہر ملک کے دستور میں ، خواہ وہ آمرانہ ہو ، یا اشتراکی یا جمہوری آزادیٔ اظہار کی حفاظت و بقا کی ضمانت دی گئی ہے لیکن قطعی آزادی دنیا میں نہ کبھی رائج ہوئی ہے نہ ہو گی - ہر آزادی کے ساتھ کچھ پابندیاں ضرور ہوتی ہیں اور یہ نہ ہوں تو انسانی معاشرہ درہم برہم ہو جائے اور انسان انسان کو جینے نہ دے - ان پابندیوں کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ معاشرے میں امن و امان قائم رہے اور اخلاق اقدار کو ٹھیس نہ پہنچے - کچھ قانونی پابندیاں ہوتی ہیں ، کچھ اخلاق پابندیاں ہوتی ہیں - اول الذکر کے توڑنے والے سے قانونی مواخذہ ہوتا ہے اور مؤخرالذکر پابندیوں کی خلاف ورزی کرنے والا معاشرے کی نظروں سے گر جاتا ہے - اس لیے آزادی کا مطلب "لاقانونیت" یا "نراج" نہیں ہوتا - آزادی اپنے جلو میں کچھ حقوق لاتی ہے اور کچھ فرائض ، اور یہ ہمیشہ ذمہ داریوں سے عبارت ہوتی ہے - ان حقوق ، فرائض اور ذمہ داریوں کی نوعیت مختلف نظام ہائے حکومت میں مختلف ہوتی ہے - چنانچہ جب کسی ریاست کے دستور میں آزادیٔ اظہار یا آزادیٔ صحافت کی ضمانت دی جاتی ہے تو اس کے ساتھ ہی کچھ پابندیوں کا بھی ذکر ہوتا ہے - آئیے ! ہم آزادیٔ اظہار کے مختلف روپ اصولی رنگ میں اپنے سامنے لائیں -

آمریت کا نظریۂ آزادی : سپین میں آمرانہ نظام حکومت رائج ہے - اس کے دستور میں لکھا ہے کہ تمام شہری آزادی سے اپنے خیالات کا اظہار کر سکتے ہیں بشرطیکہ وہ خیالات حکومت کے بنیادی اصول سے متصادم نہ ہوں اور "بنیادی اصول" کی وضاحت یوں کی گئی ہے کہ "سپین ایک آمرانہ مملکت ہے جس میں کسی دوسری سیاسی پارٹی کے قیام کی اجازت نہیں دی جائے گی -" نیز

> "انسانی وقار اور آزادی دوامی اور مقدس قدریں ہیں لیکن آزادی سے صرف وہی شخص بہرہ اندوز ہو سکتا ہے جو ایک مضبوط اور آزاد قوم کا فرد ہو - کسی شخص کو یہ

اجازت نہیں دی جائے گی کہ وہ اس آزادی
کو اپنے وطن کے اتحاد ، قوت اور آزادی کے
خلاف استعمال کرے - جو عناصر ملک کے
باشندوں میں نفاق ڈالیں گے یا اُنھیں اپنے وطن
کی تقدیر کے منافی راستے پر چلانے کی تلقین کریں
گے ان کے خلاف شدید کارروائی کی جائے گی -''

صحافت کے بارے میں سپین کے نظام حکومت کا نظریہ ۱۹۳۸ء کے قانون سے واضح ہوتا ہے - اس میں کہا گیا ہے کہ صحافت قوم کی آواز حکومت تک پہنچاتی ہے - یہ تہذیب کی تعمیر اور اجتماعی بیداری کی تخلیق کرتی ہے اس لحاظ سے یہ ایک قومی ادارہ ہے اور اسے مملکت سے آزاد رکھنا غلط ہے - اس لیے ریاست ہی صحافت کی تنظیم ، نگرانی اور کنٹرول کی ذمہ دار ہو گی - دوسرے لفظوں میں سپین میں صحافت حکومت کی ملکیت ہو گی -

اشتراکی نظریہ: اب آزادیٔ صحافت کا اشتراکی نظریہ ملاحظہ ہو - ۱۹۱۸ء میں لینن نے لکھا :

''ہمیں صحافت کی کایا پلٹ کرنا ہو گی - ہم
اسے سنسنی خیزی اور سیاسی خبروں کی اشاعت
کا ذریعہ نہیں رہنے دیں گے - ہم اسے ایک آلہ
بنائیں گے جس کے ذریعے سے عوام کی معاشی
تربیت نو کا کام ہوگا اور صحافت عوام کو
بتائے گی کہ وہ کس طرح ایک نئے ڈھنگ
پر اپنی مساعی مرتکز کریں -''

اگلے سال لینن نے لکھا :

''آزادیٔ صحافت ایک خالص جمہوری نظام
میں کلیدی حیثیت کی حامل ہے - جب تک
چھاپہ خانے اور کاغذ کے ذخیرے
سرمایہ داروں کے ہاتھ میں ہیں یہ آزادی
محض ایک جھوٹ ہے -''

سوویٹ یونین کے ۱۹۳۹ء کے آئین میں آزادیٔ صحافت کو یوں تسلیم کیا گیا:

> "محنت کش طبقے کے مفاد کے مطابق اور اشتراکی نظام کو تقویت دینے کی خاطر سوویٹ یونین کے شہریوں کو آزادیٔ تقریر اور آزادیٔ صحافت کی قانونی طور پر اجازت دی جاتی ہے - ان شہری حقوق کی حفاظت یوں ہو گی کہ ان کے استعمال کے لیے چھاپہ خانے، کاغذ کے ذخیرے، ابلاغ کی دوسری سہولتیں اور ضروری سامان محنت کش عوام اور اُن کی جماعتوں کے حوالے کیا جائے گا -"

سوویٹ یونین میں اخبارات قومی ملکیت ہیں اور تاس نیوز ایجنسی بھی حکومت ہی کا ایک باقاعدہ محکمہ ہے - قریب قریب یہی صورت دوسرے تمام اشتراکی ممالک میں قائم ہے - ان سب ممالک میں آزادیٔ صحافت کا تصور یہ ہے کہ کیمونسٹ پارٹی کو زیادہ سے زیادہ تقویت دی جائے اور حکومت کی تمام پالیسیوں کی تائید و حمایت کا مؤثر سامان فراہم کیا جائے۔ حکومت کے مختلف محکموں کی کارکردگی پر نکتہ چینی کی جاتی ہے لیکن اصلاحی اور تعمیری نقطۂ نگاہ سے، البتہ جہاں تک اشتراکی نظام کا تعلق ہے اُس پر نکتہ چینی کو عوام دشمنی سے تعبیر کیا جاتا ہے -

مغربی جمہوریتوں کا نظریۂ آزادی

مغربی جمہوریتوں کی دنیا میں آزادیٔ صحافت کا تصور مختلف ہے - ریاست ہائے متحدہ امریکہ کے دستور کی پہلی ترمیم میں درج ہے کہ کانگرس کوئی ایسا قانون نہیں بنائے گی جس سے آزادیٔ تقریر اور آزادیٔ صحافت میں کمی ہو جائے - ۱۸۶۸ء میں چودھویں ترمیم میں کہا گیا کہ "کوئی ریاست ایسا قانون نہیں بنائے گی، نہ نافذ کرے گی جس سے ریاست ہائے متحدہ امریکہ کے شہریوں کے حقوق یا تحفظات میں کمی واقع ہو -" بظاہر اس

ترمیم کا آزادیٔ صحافت سے کوئی تعلق نہیں لیکن سپریم کورٹ کے رولنگ کے مطابق آزادیٔ صحافت ان حقوق میں سر فہرست حیثیت رکھتی ہے۔ امریکہ کی مختلف ریاستوں میں الگ قوانین بھی موجود ہیں۔ کسی ریاست میں پابندیاں زیادہ ہیں کسی میں کم۔ ان سب کا علیحدہ علیحدہ ذکر تو ممکن نہیں۔ بہرحال ۱۹۴۸ء میں منعقدہ بین الاقوامی آزادیٔ صحافت کانفرنس (جینوا) میں امریکی حکومت کے مندوب نے جو کچھ کہا اس کا ایک اقتباس ملاحظہ فرمایئے:

"آزادیٔ تقریر اور آزادیٔ صحافت پر جن پابندیوں کو غیر آئینی نہیں سمجھا جاتا انہیں مندرجہ ذیل چار حصوں میں تقسیم کیا جا سکتا ہے:

۱ - افراد کو تحریری اور زبانی ہتک عزت سے بچانا۔

۲ - فحاشی کی نشر و اشاعت سے عوام کی حفاظت۔

۳ - مملکت کو اندرونی ابتری سے بچانا۔

۴ - غیر ملکی جارحانہ اقدام سے مملکت کو محفوظ رکھنا۔"

برطانیہ عظمیٰ میں اگرچہ کوئی تحریری دستور موجود نہیں لیکن آزادیٔ اظہار کا اصول مسلمہ ہے اور اس اصول کی روایتی تعریف لارڈ کنیان کے اس بیان سے ہوتی ہے جو ایک مقدمے کے فیصلے میں درج ہے:

"کوئی بھی شخص ہر ایسی چیز چھاپ سکتا ہے جسے اس کے بارہ (۱۲) ہم وطن (جیوری کے ارکان) قابل اعتراض نہ سمجھیں لیکن اگر وہ ایسی چیز چھاپتا ہے جسے یہ لوگ قابل اعتراض سمجھیں، تو وہ یقیناً سزا کا مستحق ہے۔"

یہ اصول امریکہ کے مقابلے پر زیادہ سخت معلوم ہوتا ہے اور یہ بھی ایک حقیقت ہے کہ برطانیہ میں قانون ازالۂ حیثیت عرفی خاصا سخت ہے اور اخبار نویس آئے دن اس کے خلاف شکایت کرتے ہیں۔

امریکہ ، برطانیہ اور دوسرے مغربی جمہوری ممالک میں یہ تصور بھی عام ہے کہ حکومت کو اپنی ملکیت میں اخبار نہیں چھاپنے چاہییں - (نشر و اشاعت کے لیے جو رسالے وغیرہ چھاپے جاتے ہیں وہ اس سے مستثنیٰ ہیں) اور یہ کہ اخبارات کی نجی ملکیت ہی آزادیٔ صحافت کی ضامن ہو سکتی ہے -

مغربی جمہوری دنیا میں آزادیٔ صحافت کے جو معیار قائم ہیں اور جو آئینی ضمانتیں اور بنیادی اصول رائج ہیں ان کے بارے میں یاد رکھنا چاہیے کہ وہ صرف نارمل حالات میں نافذ ہوتے ہیں - ہنگامی صورت حال میں اُنھیں تقریباً مکمل طور پر معطل کر دیا جاتا ہے - ہنگامی حالات میں نہ صرف جنگ شامل ہے بلکہ بحران اور بے چینی بھی اس ضمن میں آتے ہیں - گویا بحران اور بے چینی کی صورت میں آزادیٔ صحافت کا سوال پیدا نہیں ہوتا -

فرانس کے مشہور محقق صحافت پروفیسر فرنینڈ ٹیرو نے یونیسکو کی فرمائش پر دنیا بھر کے صحافتی قوانین کا جو جائزہ مرتب کیا اس میں وہ رقم طراز ہیں :

> "دنیا کا کوئی ملک اخبارات کو معلومات کی
> اشاعت کے سلسلے میں قطعی آزادی نہیں دیتا
> کیونکہ صرف صداقت بیش قیمت ہے اور
> اخبارات جھوٹی اور بدنیتی سے لکھی ہوئی
> گمراہ کن خبریں چھاپ کر اپنے حقوق کا غلط
> استعمال کرتے ہیں - بعض اوقات کسی سچی
> خبر کی اشاعت بھی مناسب نہیں ہوتی اور
> ایسی صورت پیدا ہو سکتی ہے کہ امن عامہ
> کے مفاد میں صحیح معلومات کی اشاعت بھی
> ممنوع قرار دی جائے - کسی خبر کی اشاعت
> کو ممنوع قرار دینے والے قوانین ہر ملک میں
> موجود ہوتے ہیں اور یہ نہ صرف جھوٹی

خبروں بلکہ قومی مفاد کے منافی سچی
خبروں پر بھی حاوی ہوتے ہیں ۔''

یونیسکو کی اس ضخیم رپورٹ میں خبروں اور تبصروں کی ایسی اقسام دی گئی ہیں جن کی اشاعت پر اکثر ، بلکہ تقریباً سب ملکوں کے اخبار سزا کے مستحق قرار دیے جاتے ہیں ۔ اس پہلو کا ایک مختصر جائزہ پیش کیا جاتا ہے ۔

قومی مفاد کے منافی معلومات : ہر قوم کی ایک حکومت ہوتی ہے ۔ جس کی فرماں برداری ضروری ہے اور ایک علاقہ ہوتا ہے حس کی حفاظت ضروری ہے ۔ قومی سلامتی کو خطرے میں ڈالنے والی خبروں کی اشاعت ہر ملک میں ممنوع ہے اور اس کی خلاف ورزی غداری یا جاسوسی قرار دی جاتی ہے اور اس کے لیے شدید سزائیں مقرر ہیں ۔ جہاں تک اخباروں کا تعلق ہے غداری یا جاسوسی دو صورتوں میں ہو سکتی ہے :

اول : خفیہ معلومات کا افشاء

دوم : خفیہ دستاویزات کی اشاعت

اس سلسلے میں مختلف ممالک کے قوانین کا ملخص یہ ہے :

۱ ۔ فوجی دائرے میں حکومت نے جن معلومات کو منظر عام پر لانا مناسب خیال نہیں کیا وہ عام طور پر خفیہ معلومات قرار دی جاتی ہیں ۔ اس لیے اخبار فوج کے بارے میں صرف وہی معلومات چھاپ سکتے ہیں جو حکومت مہیا کرے ۔

۲ ۔ ڈپلو میٹک دائرے میں ایسی معلومات خفیہ قرار دی جاتی ہیں جن کی اشاعت سے مملکت کی سلامتی متاثر ہوتی ہے ۔ یہ فیصلہ کرنا عدالت کا کام ہے کہ کن معلومات کی اشاعت نقصان دہ ہے اور صحافی کو خود بھی اشاعت کے وقت سوچنا ہوتا ہے کہ اشاعت مناسب ہے یا نہیں ۔

۳ ۔ سرکاری اقدامات اور اجتماعی زندگی کے بارے میں ہر قسم کی دوسری خبریں چھاپی جا سکتی ہیں سوائے اُن دستاویزات کے جو حکومت نے خفیہ قرار دی ہوں ۔

قانون ساز اداروں کا احترام : اخبارات کو حق حاصل ہے کہ وہ پارلیمانی کارروائی چھاپیں - اکثر ممالک میں ایسی کارروائی چھاپنے کی بھی اجازت ہے جس میں اشتعال انگیزی یا بہتان تراشی کی گئی ہو لیکن فرانس میں اس کے ساتھ یہ شرط بھی لگائی گئی ہے کہ کارروائی بالکل صحیح اور دیانت دارانہ ہو - بہرحال اگر پارلمینٹ کا خفیہ اجلاس ہو تو اس کی صحیح اور دیانتدارانہ رپورٹ بھی نہیں چھاپی جا سکتی -

اگر کوئی خبر توڑ مروڑ کر چھاپی جائے یا کوئی غیر صحیح خبر درج کی جائے یا ایسی دستاویزات شائع کی جائیں جن کی پارلیمنٹ نے اجازت نہ دی ہو یا پارلمینٹ کی عزت اور وقار پرحملہ کیا جائے ، یا اُس کے ممبروں کے بارے میں توہین آمیز چیزیں چھاپی جائیں تو اسے پارلمینٹ کی توہین قرار دیا جائے گا لیکن مقدمے کی سماعت عدالتیں نہیں ، پارلمینٹ کرے گی -

پیشہ ورانہ راز داری : اگر اخبار نویس سے عدالت میں کہا جائے کہ وہ اپنی کسی قابل اعتراض خبر کا ماخذ بتائے تو اُسے ماخذ بتانا پڑے گا اور اگر نہ بتائے گا تو اُسے سزا دی جا سکتی ہے - یاد رہے ! کہ یہ اخبار نویس کی اپنی اخلاقی ذمہ داری ہے کہ وہ خبروں کے ماخذ کا افشا نہ کرے اور قانونی ذمہ داری اپنے آپ پر لے لیکن قانون اُسے رازداری کا حق نہیں دیتا -

فحش مواد کی اشاعت : فحش اور مخرب اخلاق مواد کی اشاعت سب ممالک میں منع ہے - ریاست ہائے متحدہ امریکہ کی ریاست **منےسوٹا** میں جرائم کی خبریں تفصیل سے چھاپنا منع ہے - **کانساس** اور **مسووری** کی ریاستوں میں سکینڈل اور خلاف اخلاق مواد کی اجازت نہیں - یوروگوائے (جنوبی امریکہ) میں غیر شائستہ طرز عمل کی خبریں نہیں چھپ سکتیں - چلی ، یونان اور ترکیہ میں خودکشی کی خبریں شائع نہیں ہو سکتیں اور افراد کی شہرت یا خاندانی زندگی کو نقصان پہنچانے والی خبروں کی اشاعت ہر ملک میں ممنوع ہے -

توہین عدالت : کسی ایسی خبر یا تبصرے کی اشاعت ، جس سے عدالت کی تحقیر ہوتی ہو یا جس سے انصاف کے عمل میں رکاوٹ پڑتی ہو

توہین عدالت قرار دی جاتی ہے - مندرجہ ذیل امور بھی توہین عدالت میں شامل ہیں :

۱ - سماعت سے پہلے عدالتی دستاویزات کی اشاعت
۲ - خفیہ عدالتی کارروائی چھاپنا
۳ - ایسی صورت میں کارروائی کے کسی حصے کی اشاعت ، جب عدالت نے اس کی ممانعت کر دی ہو -
۴ - عدالت کے اندر کسی جج ، ملزم یا گواہ کی تصویر اُتارنا یا اس کا **کیری کیچر** بنانا
۵ - اخلاق عامہ کے خلاف وارداتوں کے مقدمات کی کارروائی ، جن میں طبی ، جراحی ، اور جسمانی تفاصیل بیان ہوں
۶ - طلاق اور شادی وغیرہ کے مقدمات
۷ - سماعت سے پہلے ، اس کے دوران میں اور اس کے بعد کسی قانونی فیصلے پر نکتہ چینی

امریکہ میں توہین عدالت کا قانون خاصا نرم ہے - وہاں بعض قانونی فیصلوں پر نکتہ چینی کی اجازت ہے

مذہب کی بے حرمتی : جن ممالک میں کسی مذہب کو "ریاست کے مذہب" کی حیثیت حاصل ہے وہاں مذہب کی بے حرمتی قانوناً ممنوع ہے - کیونکہ مذہب کو مملکت کا بنیادی اصول قرار دیا جاتا ہے - مثلاً برطانیہ میں اناجیل اور چرچ آف انگلینڈ کی دعائیہ کتاب پر نکتہ چینی کی اجازت نہیں - جن ریاستوں میں "ریاست کا مذہب" کوئی نہیں ہوتا ان میں سے اکثر میں ایسے قوانین موجود ہیں ، جن کے تحت کسی بھی مذہب کی اہانت جرم ہے -

صدر مملکت اور دستور پر حملہ : کسی مملکت کے سربراہ (صدر ، بادشاہ یا آمر) کو قلمی حملے کا نشانہ نہیں بنایا جا سکتا کیونکہ وہ پوری قوم کی نمائندگی کرتا ہے اور ایک قومی علامت کی حیثیت رکھتا ہے - اسی طرح بہت سے ممالک میں دستور پر حملہ خلاف قانون ہے -

غیر ملکی سربراہوں اور سفارتی نمائندوں پر حملے بھی تقریباً ہر ملک میں ممنوع ہیں -

رہی بغاوت ، ترغیب بغاوت ، ترغیب جرم اور اسی قسم کے اور جرائم تو قدرتی طور پر اس کی اجازت صحافت کو کسی بھی ملک میں حاصل نہیں۔

قانون صحافی اور غیر صحافی کو برابر سمجھتا ہے : آزادیٔ صحافت پر ایک اور بڑی قدغن یہ ہے کہ قانون کی نظر میں صحافی کو کوئی خصوصیت حاصل نہیں۔ صحافی ہو یا کسی اور پیشے سے تعلق رکھنے والا فرد قانون سب پر مساوی طور پر حاوی ہے۔ مندرجہ بالا پابندیاں صحافیوں کے لیے مخصوص ہیں اور ان کے علاوہ صحافیوں پر وہ تمام پابندیاں بھی عائد ہیں جو قانون تمام شہریوں پر عائد کرتا ہے۔ پس ہم اس نتیجے پر پہنچتے ہیں کہ آزادیٔ صحافت حقیقت میں پابندیوں سے عبارت ہے۔

افریشیائی دنیا میں آزادیٔ صحافت کا تصور

ہم دیکھ چکے ہیں کہ آمرانہ ، اشتراکی اور مغربی جمہوری معاشروں میں آزادیٔ صحافت کے تصورات مختلف ہیں۔ آمرانہ اور اشتراکی معاشروں میں صحافت پر حکومت کاملاً حاوی ہے اور جمہوری معاشرے میں آزادیٔ صحافت بے شمار پابندیوں سے عبارت ہے لیکن جس دنیا کا ہم نے ذکر کیا وہ تعلیمی ، معاشی ، ثقافتی اور سیاسی اعتبار سے ترقی یافتہ ہے۔ اس کے پہلو بہ پہلو ایک اور دنیا ہے جسے ہم افریشیائی دنیا کہتے ہیں۔ یہ دنیا پچاس سے زیادہ ایسی اقوام پر مشتمل ہے جو ہر لحاظ سے پس ماندہ ہیں اور اُنھیں سامراج سے آزاد ہوئے ابھی چند سال ہوئے ہیں۔ اُنھیں بڑے بڑے نازک مسائل کا سامنا ہے۔ کہیں اندرونی خلفشار ہے تو کہیں خانہ جنگی کی کیفیت ہے۔ کہیں بیرونی حملے کا خطرہ ہے کہیں سامراج کے بچے کھچے آثار درپے آزار ہیں اور کہیں بڑی طاقتیں ریشہ دوانیوں میں مصروف ہیں۔ نتیجہ یہ ہے کہ ایسے ملک بہت کم ہیں جہاں حکومتیں پائدار ہیں۔

صحافت اور حکومت کے درمیان کشمکش : ان افریشیائی ممالک میں صحافت گھٹنوں کے بل چل رہی ہے۔ تعلیم کی کمی اور قوت خرید کم ہونے کی وجہ سے اخباروں کی اشاعتیں کم ہیں۔ ان کے مالی ذرائع محدود ہیں۔

پھر ان اخباروں میں کام کرنے والے یا تو وہ نوجوان ہیں جو فن صحافت کی مسلمہ روایات اور اقدار سے زیادہ باخبر نہیں ہیں یا وہ معمر لوگ ہیں جو آزادی سے پہلے سامراج کے خلاف جنگ میں صحافت کو موثر ہتھیار بنا چکے ہیں ۔ غلامی کے دور میں چونکہ نظم و نسق کی ساری ذمہ داری غیروں پر ہوتی ہے اس لیے آزادیٔ صحافت ایک ننگی تلوار کی حیثیت رکھتی ہے ۔ ایک طرف حاکم آئے دن اخباروں پر یورش کرتے ہیں ۔ دوسری طرف محکوم صحافت ، حالت " جنگ " کی بنا پر حکومت کے خلاف اظہار خیال میں تمام حدود پھلانگ جاتی ہے ۔ جب آزادی آتی ہے اور اپنے ساتھ ذمہ داریوں کا ایک ہجوم لاتی ہے تو صحافی اس نئی صورت حالات سے مفاہمت کرنے سے گھبراتے ہیں اور آزادیٔ صحافت کے پرانے تصور سے پیار کرتے ہیں ۔ جس میں صحافت شمشیر برہنہ ہوتی تھی اور بڑی سے بڑی غیر ذمہ داری پر بھی سزا پا کر شہادت کا رتبہ حاصل کر لیتی تھی ۔ اُدھر آزادی کے بعد قائم ہونے والی اپنی حکومت صحافت سے کامل تعاون کی توقع کرتی ہے ۔ اس سے دونوں میں کشمکش پیدا ہوتی ہے اور بعض صحافی یہ سوچتے ہیں کہ اپنی حکومت سے تو غیر ملکی حکومت ہی اچھی تھی کہ ہم اُسے مزے سے رگڑ دیتے تھے۔ اس صورتِ حالات کی اصلاح کی ذمہ داری حکومت اور صحافت ، دونوں پر عاید ہوتی ہے ۔ حکومت کا فرض ہے کہ وہ چھوئی موئی نہ بنے کہ ادھر کسی نے نکتہ چینی کی اور اُدھر اُس نے آن دبوچا اور صحافت کا فرض ہے کہ وہ سامراجی دور کے تخریبی انداز فکر سے کنارہ کش ہو کر ایک تعمیری انداز فکر اپنائے ۔ وہ شوق سے حکومت اور نظم و نسق کی خرابیوں پر نکتہ چینی کرے لیکن مدلل اور سنجیدہ لہجے میں ۔ بہر حال بعض ملکوں میں نہ حکومتیں باز آتی ہیں نہ اخبار نویس اپنی روش بدلتے ہیں ۔ نتیجہ یہ ہوتا ہے کہ حکومتیں مختلف طریقوں سے اخباروں پر کاٹھی ڈالتی ہیں اور اخبار اس کے خلاف احتجاج کرتے ہیں ۔ بعض افریشیائی ممالک میں صحافت پر حکومت کا کنٹرول بالکل اشترا کی معاشرے کی طرح ہوتا ہے ۔ بعض ممالک میں صحافت قوانین کے شکنجے میں یوں کس لی جاتی ہے کہ بالکل بے بس

ہو کر رہ جاتی ہے اور ایسے ممالک بھی ہیں جہاں نکتہ چینی کی تو اجازت ہے لیکن حکومتیں سامراجی دور والی بے تکلفی کی روادار نہیں ہیں ۔ پاکستان انھی ملکوں مین شامل ہے ۔ پھر جکارتا سے طنجہ تک ساری دنیائے اسلام میں سوائے پاکستان کے ایک بھی ایسا ملک موجود نہیں جہاں آزاد قومی خبررساں ایجنسیاں قائم کرنے کی اجازت ہو اور سوائے جاپان اور بھارت کے دوسرے افریشیائی ممالک میں بھی کم و بیش یہی کیفیت ہے ۔

انتظامیہ کے اختیارات : افریشیائی دنیا کے جن ممالک میں صحافت کو ارباب اقتدار پر نکتہ چینی کی اجازت ہے لیکن زیادہ " بے تکلفی " ناپسندیدہ ہے وہاں صحافت کو جن چیزوں کی اشاعت سے روکا جاتا ہے وہ وہی ہیں جن کی اشاعت مغربی جمہوری دنیا میں بھی ممنوع ہے ۔ ان کے علاوہ چند اور امور کی ممانعت ہے ۔ مثلاً مذہبی فرقوں میں مناقشت پیدا کرنا ، ملک کے ایک صوبے یا علاقے کے خلاف تعصب پھیلانا وغیرہ ۔ ان ممنوعات کو صحافت قابل اعتراض نہیں قرار دیتی ۔ اصل اعتراض اس بات پر ہوتا ہے کہ بعض صورتوں میں کارروائی کے اختیارات عدلیہ کی جگہ انتظامیہ کو سونپ دیے جاتے ہیں اور انتظامیہ ہمیشہ معصوم نہیں ہوتی اس لیے اخبار انتظامیہ کے اختیارات سے بدکتے ہیں ۔

مغربی جمہوری دنیا میں بھی اس کے خلاف آواز اٹھائی جاتی ہے ۔ کیونکہ وہاں بھی انتظامیہ کو کچھ اختیارات حاصل ہیں ۔ مثلاً امریکہ میں محکمۂ ڈاک کے سربراہ کو یہ اختیار حاصل ہے کہ وہ کسی اخبار کی بذریعہ ڈاک ترسیل کو روک دے لکین یہ حق ایک آدھ شمارے تک محدود ہے ۔ یورپ کے بعض ملکوں میں ، بالخصوص فرانس میں ، انتظامیہ کسی اخبار کا کوئی شمارہ ضبط کرنے کا حکم دے سکتی ہے اور جب تک عدالت میں وہ اخبار اس حکم کو چیلنج نہ کرے انتظامیہ کی کارروائی قطعی حیثیت رکھتی ہے ۔ اخبار عموماً ایسے احکام کو عدالت میں چیلنج نہیں کرتے ۔ کیونکہ اخبار کا شمارہ دوسرے دن کسی کام کا نہیں رہتا اور اگر عدالت انتظامیہ کا فیصلہ بدل بھی دے تو اس سے کوئی فایدہ نہیں ہوتا ۔ مگر حال افریشیائی دنیا میں انتظامیہ کو اس سے کہیں زیادہ اختیارات حاصل ہیں ۔

آزادیٔ صحافت میں دوسری رکاوٹیں

آزادیٔ صحافت کے راستے میں صرف حکمران حائل نہیں ہوتے اور عناصر بھی اس آزادی کے لیے خطرہ بن جاتے ہیں اور یہ صورت اکثر ملکوں میں ہے اس لیے مناسب معلوم ہوتا ہے کہ ان خطرات کا بھی ایک جائزہ لے لیا جائے:

مالی مجبوریاں : آزادی کے جزوی طور پر سلب ہونے کی ایک بڑی وجہ یہ ہے کہ افریشیائی دنیا میں اخبارات کی غالب اکثریت معاشی طور پر خود کفیل نہیں ۔ ان علاقوں میں خواندگی کا تناسب بہت کم ہے ۔ معیار زندگی اتنا پست ہے کہ لوگ قوت لایموت کو ترستے ہیں ۔ ایسے میں اخبار خریدنے والوں کی تعداد محدود رہتی ہے اور اشاعتیں بڑھنے نہیں پاتیں اور اگر بڑھ بھی جائیں تو اشتہارات کا مسئلہ سامنے آتا ہے ۔ چونکہ ان ملکوں کی معشیت زیادہ تر زرعی ہے اور صنعتوں کے پھیلاؤ کی رفتار کم ہے اس لیے تجارتی اشتہارات کم فراہم ہوتے ہیں ۔ نتیجہ یہ ہوتا ہے کہ مالی حالت سقیم رہتی ہے ۔ اس پر مستزاد یہ مشکل ہے کہ اخبارات کی پروڈکشن کے اخراجات میں بے پناہ اضافہ ہوچکا ہے ۔ خود یورپ اور امریکہ کے بڑے بڑے اخبار بھی مالی بحران سے دو چار ہیں اور پچھلے دس یا بارہ سالوں میں بے شمار اخبار یا بند ہو چکے ہیں یا دوسرے ہم عصروں میں مدغم ہو چکے ہیں ۔ اگر ترقی یافتہ دنیا کے بہ ظاہر مالی اعتبار سے مستحکم اخباروں کی کیفیت یہ ہے تو افریشیائی دنیا کے اخباروں کی مالی حالت کا اندازہ کرنا آسان ہے اور جب کوئی اخبار مالی مجبوریوں میں مبتلا ہو تو اُس کی آزادی خود بخود سلب ہو جاتی ہے ۔

سیاسی جماعتوں کی طرف سے خطرہ : بعض ممالک میں سیاسی جماعتیں ایسے اخباروں پر شدید دباؤ ڈالتی ہیں جن کی پالیسی ان جماعتوں کی پالیسی سے مختلف ہوتی ہے ۔ یہ دباؤ کبھی ہمہ گیر مقاطعے کا روپ لیتا ہے ، کبھی مظاہروں کی صورت میں ظاہر ہوتا ہے ۔ کبھی مالی طور پر محتاج اخباروں کی ''اعانت'' کی شکل اختیار کرتا ہے اور ظاہر ہے کہ اس سے آزادیٔ صحافت متاثر ہوتی ہے ۔

خود صحافت کی طرف سے خطرہ : اخبار کا مقصد بنیادی طور پر یہ ہے کہ وہ پڑھنے والوں تک ہر قسم کی صحیح خبریں پہنچائے اور ''معلومات تک رسائی'' آزادیٔ صحافت کے بنیادی اصول میں شامل ہے لیکن بعض اوقات اخبار یک طرفہ خبریں پیش کرتے ہیں - حقائق کو توڑ مروڑ کر پیش کرتے ہیں - اپنے سے مختلف زاویۂ نگاہ کے حامی عناصر کی سرگرمیوں کو بلیک آؤٹ کرتے ہیں - جب کوئی سیاسی جماعت یا کوئی دوسرا گروہ کسی اخبار کا مقاطعہ کرتا ہے تو اس کی خبریں بڑھا چڑھا کر چھاپتے ہیں - بعض اخبار اپنے ہم عصروں کے خلاف کارروائی کا مطالبہ کرتے ہیں - جو اخبار ایسا کرتے ہیں وہ خود آزادیٔ صحافت کے دشمن ہوتے ہیں -

خلاصہ

آزادیٔ صحافت معاشرے کی بنیادی ضرورت ہے - اسے ہر معاشرے میں تسلیم کیا جاتا ہے لیکن اس کے ساتھ کچھ پابندیاں بھی ہوتی ہیں - آمرانہ اور اشتراکی معاشروں میں ریاست ہی صحافت کی تنظیم ، نگرانی اور کنٹرول کی ذمہ دار ہوتی ہے - مغربی جمہوری دنیا میں اخبارات کی نجی ملکیت اُنھیں حکومتوں سے آزاد رکھتی ہے - لیکن یہ آزادی بہت سی قانونی پابندیوں سے عبارت ہے جو قومی مفاد کے منافی معلومات ، پارلیمنٹ کی اہانت ، توہین عدالت ، صدر مملکت اور دستور پر حملے اور فحش مواد کی اشاعت سے تعلق رکھتی ہیں - امن عامہ کے مفاد میں بعض اوقات سچی خبروں کی اشاعت پر بھی قدغن لگتی ہے - صحافت کو جو تحفظات حاصل ہیں - وہ جنگ ، بحران اور بے چینی کے دور میں جزواً یا کاملاً معطل ہو جاتے ہیں -

افریشیائی دنیا میں بھی اسی قسم کی پابندیاں عائد ہیں - فرق یہ ہے کہ مغربی جمہوری دنیا میں زیادہ تر اختیارات عدلیہ کو حاصل ہیں اور ان ملکوں میں انتظامیہ خاص اختیارات کی مالک ہے -

آزادیٔ صحافت کو صرف حکمرانوں سے خطرہ نہیں ہوتا اور عناصر بھی کارفرما ہوتے ہیں - جن میں اخبارات کی معاشی زبوں حالی ، سیاسی جماعتوں کا دباؤ اور خود بعض اخباروں کا قابل اعتراض کردار شامل ہیں -

سوالات

۱ - اشتراکی اور آمرانہ معاشرے میں آزادیٔ صحافت کا تصور کیا ہے ؟

۲ - "آزادیٔ صحافت حقیقت میں پابندیوں سے عبارت ہے'' - مغربی جمہوری دنیا کے نظریہٗ آزادی کی روشنی میں بحث کیجیے -

۳ - "آزادیٔ صحافت کا وہ تصور اب نو آزاد ملکوں میں نہیں چل سکتا جو غلامی کے دور میں رائج تھا -'' اس پر مفصل اظہار خیال کیجیے -

۴ - آزادیٔ صحافت کو جو مختلف النوع خطرات در پیش ہیں اُنھیں وضاحت سے بیان کیجیے -

قوانین صحافت

پاکستان کے دستور میں آزادی٬ صحافت کو بنیادی حقوق میں شامل کیا گیا ہے ۔ متعلقہ دفعہ ملاحظہ ہو :

> ''ہر شہری کو تقریر اور اظہار کی آزادی کا حق حاصل ہو گا لیکن یہ حق اُن مناسب پابندیوں کے تابع ہو گا جو پاکستان کی سلامتی ، غیر ممالک سے دوستانہ تعلقات ، امن عامہ ، شائستگی اور اخلاق کے مفاد میں یا توہین عدالت ، ہتک عزت یا جرم کی انگیخت کے سلسے میں از روئے قانون عائد کی جائیں گی ۔''

پاکستان میں قوانینِ صحافت کو دو حصوں میں تقسیم کیا جا سکتا ہے ۔

اول : قانونِ مطبوعات و صحافت ، جو صحافت اور مطابع سے براہِ راست تعلق رکھتا ہے ۔

دوم : وہ قوانین جو یوں تو عمومی حیثیت کے حامل ہیں لیکن اُن سے صحافت بھی متاثر ہوتی ہے ۔

قانون مطبوعات و صحافت

یہ قانون مغربی پاکستان میں ۱۹۶۳ میں نافذ کیا گیا تھا ۔ اسی قسم کا ایک قانون مشرقی پاکستان میں بھی موجود ہے ۔ یہ قانون نام کے اعتبار سے تو نیا ہے لیکن اصلاً بعض پرانے قوانین کی جگہ نافذ کیا گیا ہے ۔ اس سے پہلے ایک قانون تو تقریباً سو برس سے موجود تھا جسے رجسٹریشن آف بکس اینڈ نیوز پیپرز ایکٹ کے نام سے یاد کیا جاتا تھا اور دوسرا تقریباً

تینتیس برس سے نافذ تھا جسے پریس ایمرجنسی پاورز ایکٹ کہا جاتا تھا۔ پاکستان میں جو پریس کمشن قائم کیا گیا تھا اُس کی سفارش پر ان قوانین کو یکجا کر دیا گیا۔ قانون مطبوعات و صحافت میں ۱۹۶۴ء میں کچھ ترامیم ہوئیں۔ اس ترمیم شدہ قانون کے نمایاں نقوش ذیل میں درج کیے جاتے ہیں:

ڈیکلریشن : اخبار نکالنے کے ڈیکلریشن کی تصدیق ڈسٹرکٹ مجسٹریٹ کرے گا۔ لیکن طریق کار یہ ہوگا کہ وہ درخواست دہندہ سے شخصی طور پر اُس کا زاویہٗ نگاہ سنے گا۔ اُس کی پیش کردہ شہادتوں کی جانچ پڑتال کرے گا اور اگر وہ ان امور کے بارے میں مطمئن ہو جائے گا کہ پرنٹر یا پبلشر کسی اخلاقی جرم کی پاداش میں گذشتہ پانچ برس میں سزا یافتہ نہیں ہوا، اخبار چلانے کے لیے کافی سرمائے کا مالک ہے اور ایڈیٹر مناسب طور پر تعلیم یافتہ یا صحافت میں تربیت یافتہ ہے تو وہ ڈیکلریشن کی تصدیق کر دے گا۔

اگر حکومت سماعت کے بعد اس نتیجے پر پہنچے کہ اس امر کا امکان موجود ہے کہ پرنٹر یا پبلشر پاکستان کے دفاع، خارجہ تعلقات یا سلامتی، یا امن عامہ، یا تحفظ عامہ کے منافی حرکت کرے گا یا تشدد کی انگیخت یا ہتک عزت کے لیے اخبار استعمال کرے گا تو ڈسٹرکٹ مجسٹریٹ ڈیکلریشن کی تصدیق سے انکار کر سکے گا۔

بہرحال درخواست دہندہ کو اختیار ہو گا کہ وہ ڈسٹرکٹ مجسٹریٹ کے احکام کے خلاف حکومت کی خدمت میں اپیل کرے اور حکومت اُسے وضاحت کا موقعہ دینے کے بعد مجاز ہو گی کہ اُن احکام میں ترمیم کر دے یا اُن کی تصدیق کر دے یا اُن کی تنسیخ کر دے۔

غیر ملکی ملکیت : کسی غیر ملکی باشندے کو اجازت نہیں ہو گی کہ وہ کسی اخبار کا مالک بنے یا کسی اخبار کی ملکیت میں حصہ دار ہو سوائے اس صورت میں کہ وہ حکومت سے خصوصی اجازت حاصل کر لے۔ لیکن اس کے باوجود وہ کسی اخبار کی ملکیت میں پچیس فی صدی سے زیادہ حصہ لینے کا مجاز نہیں ہو گا۔

پارلیمانی کارروائی : کوئی اخبار صوبائی اور مرکزی اسمبلیوں کا کوئی ایسا حال نہیں چھاپے گا جو ایسے مواد کا حامل ہو جو کارروائی کا حصہ نہیں

یا "خارج از کارروائی" قرار دیا گیا ہو یا جو مناسب طور پر منصفانہ اور صحیح تاویل نہ ہو۔ سپیکر کو حق حاصل ہو گا کہ وہ کارروائی کے کسی ایسے حصے کی اشاعت ممنوع قرار دے جو امن عامہ کے منافی ہو یا اخلاق اصول کے خلاف ہو یا توہین عدالت، ہتک عزت یا جرم کی انگیخت کے کے مترادف ہو۔

عدالتی کارروائی: اگر کسی عدالت، ٹریبیول یا دوسرے عدالتی یا نیم عدالتی ادارے کا صدر چاہے تو کارروائی کی اشاعت کی ممانعت کا حکم دے سکتا ہے۔

قابل مواخذہ جرائم: دفعہ ۲۴ (i) میں پندرہ ایسے جرائم کا ذکر ہے جن پر کارروائی کی جا سکتی ہے۔ ان میں یہ امور شامل ہیں:

— تشدد کی انگیخت
— جرائم یا مجرموں کی تعریف
— تشدد یا جنس سے تعلق رکھنے والے جرائم کی ایسی روداد جس سے غیر صحت مندانہ تجسس یا نقل کا خیال پیدا ہونے کا امکان ہو
— بلیک میلنگ
— قانون کے نظم و نسق میں مداخلت کی انگیخت
— امن عامہ میں خلل ڈالنے کی کوشش
— غیر شائستہ، فحش، دشنام آمیز یا ہتک آمیز مواد کی اشاعت
— جھوٹی افواہیں پھیلانا
— پاکستان کی تخلیق کی مذمت یا اس کی خود مختاری میں کمی یا اس کی تنسیخ کی حمایت
— قانون کی رو سے قائم شدہ حکومت کے خلاف نفرت یا حقارت پیدا کرنا
— پاکستان کی آبادی کے مختلف حصوں کے درمیان دشمنی یا نفرت پھیلانا

— پاکستان میں شامل ہونے والی کسی دیسی ریاست کے حکمران کے خلاف نفرت اور حقارت کا جذبہ پیدا کرنا۔
— کسی بیرونی ملک سے دوستانہ تعلقات کو بگاڑنا
— مسلح افواج یا پولیس کو گمراہ کرنا یا حوصلہ پست کرنا
— فوج یا پولیس میں بھرتی کے منافی حرکت کا ارتکاب
— پبلک ملازموں کو یہ انگیخت کہ وہ اپنے پبلک فرائض کی ادائیگی میں کوتاہی یا تاخیر کریں یا استعفیٰ دے دیں

اس کے بعد چھ مستثنیات دی گئی ہیں جن میں دو خاص اہمیت کی حامل ہیں:
۱ ۔ حکومت کے کسی اقدام پر ناپسندیدگی کا اظہار ، تاکہ قانونی ذرائع سے کام لے کر اُسے بدلا جائے۔ اس طرح حکومت کے خلاف نفرت اور حقارت کے جذبات پیدا کیے بغیر اس کے کسی انتظامیہ یا دوسرے فعل پر ناپسندیدگی کا اظہار کیا جا سکتا ہے۔
۲ ۔ ایسے بیانات اور تبصرے چھاپے جا سکتے ہیں جن میں نیک نیتی سے کسی ایک صوبے یا علاقے کی امداد یا ترقی یا اس کے جائز مفادات کو آگے بڑھانے پر زور دیا گیا ہو یا ایسے عناصر کی بیخ کنی کا مطالبہ کیا گیا ہو جو آبادی کے مختلف حصوں کے درمیان دشمنی ، نفرت اور ناخوشگواری کی تخلیق کا موجب ہوں۔

ضمانت کی طلبی اور ضبطی : ضمانتوں کی طلبی اور ضبطی کے اختیارات انتظامیہ کو حاصل ہیں۔ اگر ناشر کو وضاحت کا حق دینے کے بعد حکومت محسوس کرے کہ ناشر مندرجہ بالا جرائم میں سے کسی ایک کا مرتکب ہے تو وہ ناشر کو ہدایت جاری کرسکتی ہے کہ وہ دس دن کے اندر اندر ڈسٹرکٹ مجسٹریٹ کے پاس ضمانت کی رقم جمع کرا دے۔ یہ رقم کم از کم پانچ سو اور زیادہ سے زیادہ تیس ہزار ہو سکتی ہے۔ اگر ضمانت جمع نہ کرائی گئی تو اخبار بند ہو جائے گا۔ اگر کوئی اخبار ضمانت کی رقم جمع کرا دیتا ہے اور اُس کے بعد پھر دفعہ ۲۴ (ا) کی خلاف ورزی کا مرتکب ہوتا ہے تو اس کی ضمانت کلی یا جزوی طور پر ضبط کر لی جائے گی اور ایک تازہ ضمانت

طلب کر لی جائے گی ۔ اگر یہ رقم دس دن کے اندر اندر جمع نہ کرائی گئی تو ڈیکلریشن منسوخ ہو جائے گا ۔ یہی شرائط چھاپہ خانوں پر عائد ہوتی ہیں ۔ لیکن فرق یہ ہے کہ اگر چھاپہ خانہ وقت مقرر کے اندر اندر ضمانت داخل نہیں کرائے گا تو اُسے ایک مجوزہ میعاد کے لیے کوئی چیز بھی چھاپنے کی اجازت نہیں ہو گی ۔

حسابات : تمام ناشر اور پرنٹر اپنے اخبارات اور چھاپے خانوں کے باقاعدہ حسابات رکھیں گے ۔ جن میں بتایا جائے گا کہ نقد یا جنس کی صورت میں آمدنی کتنی ہوئی اور اخراجات کن کن مدات پر ہوئے ۔

عدالتوں کے ذریعے سے دی جانے والی سزائیں : مندرجہ ذیل جرائم پر صرف عدالتیں سزا دے سکیں گی ۔ سزا کی نوعیت یہ ہو گی ۔ دو ہزار روپے تک جرمانہ یا چھ مہینے تک قید محض یا دونوں :

۱ ۔ پرنٹ لائن کی عدم اشاعت

[''پرنٹ لائن'' میں ایڈیٹر ، پرنٹر ، پبلشر اور مطبع کا نام اور مقام اشاعت دیا جاتا ہے]

۲ ۔ بغیر ڈیکلریشن کے چھاپہ خانہ چلانا یا مطلوبہ ضمانت جمع کرائے بغیر اس کا استعمال ۔

۳ ۔ ڈیکلریشن میں جھوٹا بیان دینا ۔

۴ ۔ اس قانون کی دفعات کی خلاف ورزی کرتے ہوئے اخبار چھاپنا ، شائع کرنا ، ایڈٹ کرنا یا ایڈٹ کرانا ۔

اگر دفعہ ۲۲ (اسمبلی یا عدالت کی کارروائی) ، دفعہ ۳۳ (حسابات) یا دفعہ ۳۴ (تلاشی کے وارنٹوں کا اجرا) کی خلاف ورزی ہو گی تو ایک سال تک قید یا دس ہزار روپے تک جرمانے کی سزا یا دونوں سزائیں دی جا سکیں گی ۔

انکوائری کمشن : دفعہ ۳۵ کے ماتحت حکومت چاہے تو وہ کسی مطبع یا اخبار کے عمومی یا بالخصوص مندرجہ ذیل امور سے تعلق رکھنے والے حالات کی چھان بین کے لیے ایک انکوائری کمشن مقرر کر سکتی ہے :

ا - آیا اخبار یا مطبع کسی قسم کی ، نقد ، جنس یا کسی اور صورت میں مالی امداد لے رہا ہے -

ب - آیا ایسی مالی امداد پاکستان کے شہریوں سے لی جا رہی ہے یا ایسے لوگوں سے یا ان کے توسط سے حاصل کی جا رہی ہے جو پاکستان کے شہری نہیں ہیں -

ج - آیا استحصال ، بلیک میل یا دوسرے پُرفریب ذرائع سے روپیہ اکٹھا کیا جا رہا ہے -

د - اور دوسرا کوئی ایسا معاملہ جو امور بالا سے تعلق رکھتا ہو -

بعض معاملات میں کمشن کو دیوانی عدالت کے اختیارات حاصل ہوں گے اور اس کی کارروائی عدالتی کارروائی قرار دی جائے گی - کمشن مجاز ہو گا کہ کوئی ایسا شخص مقرر کرے جو چھاپہ خانہ یا اخبار ، اُس کی املاک اور تمام دستاویزات پر قبضہ کر لے اور اس کا انتظام کرے - فریق ثانی مجاز ہو گا کہ قبضے کے حکم کے خلاف عرض داشت پیش کرے - کمشن اُس کی سماعت اور شہادت کی جانچ پڑتال کے بعد مجاز ہو گا کہ حکم میں ترمیم کر دے یا اس کی تصدیق کر دے یا اسے منسوخ کر دے -

ایسی انکوائری عام حالات میں تین مہینے کے اندر اندر پوری کر لی جائے گی - کمشن اپنی رپورٹ حکومت کی خدمت میں پیش کرے گا اور اگر کمشن سفارش کرے تو حکومت مجاز ہو گی کہ مطبع یا اخبار کا ڈیکلریشن معطل یا منسوخ کر دے اور مطبع کو ضبط بھی کر لے -

اپیل کے لیے ٹریبیونل : اس قانون کے ماتحت حکومت کوئی بھی حکم جاری کرے تو اُس کے خلاف دو مہینے کے اندر اپیل کی جا سکے گی - ایسی اپیلوں کی سماعت کے لیے ایک یا زائد ٹریبیونل مقرر کیے جا سکیں گے - ٹریبیونل کو دیوانی عدالت سمجھا جائے گا اور اُسے وہ تمام اختیارات حاصل ہوں گے جو ضابطۂ دیوانی کے مطابق کسی عدالت کو دیوانی مقدمات کی سماعت کے وقت حاصل ہوتے ہیں - ٹریبیونل کا فیصلہ آخری اور قطعی ہو گا اور اس کے خلاف کسی عدالت میں چارہ جوئی نہیں کی جا سکے گی -

ٹریبیونل کی ترکیب یوں ہو گی :

۱ - گورنر مغربی پاکستان " ایک ایسے شخص کو چیئرمین نامزد کرے گا جو یا تو کسی ہائی کورٹ کا جج ہو گا یا ہائی کورٹ کا جج بننے کے قابل ہو گا "- اس کے علاوہ گورنر سول سروس پاکستان کے کسی فرد کو رکن نامزد کرے گا -

۲ - چیئرمین ایک ممبر چھ چھ نمائندوں کی ایسی فہرستوں میں سے نامزد کرے گا جو کارکن صحافیوں اور ایڈیٹروں کی سرکاری طور پر تسلیم شدہ جماعتوں کی طرف سے پیش ہوں گی - یہ فہرستیں اطلاع ملنے کے پندرہ روز کے اندر اندر پیش کرنی ہوں گی - اگر ایک جماعت فہرست پیش نہ کرے اور دوسری پیش کر دے تو اسی میں سے ممبر نامزد کر دیا جائے گا اگر دونوں جماعتوں کی طرف سے کوئی فہرست پیش نہ ہو گی تو کمشن تسیرے رکن کے بغیر ہی کام کرے گا - فیصلہ اکثریت کی رائے سے ہو گا - اور اگر ووٹ برابر ہوں تو مجوزہ طریق کار کے مطابق ہو گا -

دوسرے قوانین

ضابطۂ تعزیرات پاکستان کی بعض دفعات صحافت سے خاص تعلق رکھتی ہیں - ان کا متن درج کیا جاتا ہے :

دفعہ ۱۲۴ - الف : کوئی شخص جو بذریعہ تقریر یا تحریر ، علامات یا شبیہات مرئیہ یا اور طرح پر ازروئے قانون قائم شدہ حکومت کے خلاف خیالات نفرت یا حقارت یا بدخواہی پیدا کرے یا پیدا کرنے کی کوشش کرے اُس کو حبس دوام یا کسی کم مدت کی سزا دی جائے گی جس میں جرمانے کا اضافہ کیا جاسکے گا یا قید کی سزا دی جائے گی جس کی مدت تین سال تک ہو سکے گی یا جرمانے کی سزا یا دونوں سزائیں دی جائیں گی -

اس دفعہ کے نیچے کچھ تشریحات بھی دی گئی ہیں جن میں بتایا گیا ہے کہ لفظ " بدخواہی " میں بے وفائی اور دشمنی کے تمام جذبات شامل ہیں - اگر سرکار کے انتظام پر بغیر نفرت یا حقارت یا بدخواہی پیدا کرنے کے

نکتہ چینی یا اظہار ناپسندیدگی کیا جائے گا جس کا مقصد یہ ہو کہ ان فیصلوں کو بدلایا جائے تو اُسے جرم نہیں سمجھا جائے گا۔

دفعہ ۱۵۳۔ الف : کوئی شخص جو بذریعہ تحریر یا علامات یا شبیہات مرئیہ یا اور طرح آبادی کے مختلف فرقوں کے درمیان دشمنی یا حقارت پیدا کرے یا اس کی کوشش کرے تو اُسے دو سال تک سزائے قید یا جرمانے کی سزا یا دونوں سزائیں دی جائیں گی ''۔

تشریح میں بتایا گیا ہے کہ اگر بغیر کینے اور نیک نیتی کے ساتھ ایسی دشمنی یا حقارت یا ان کے امکانات کی اصلاح کے لیے کچھ کیا جائے تو وہ جرم نہیں سمجھا جائے گا۔

دفعہ ۵۰۵ : ''کوئی شخص جو کوئی بیان یا افواہ یا خبر شائع کرے یا پھیلائے :

ا : اس نیت سے یا اس امر کے احتمال سے کہ مملکت کی بحری یا بری افواج کا کوئی افسر یا سپاہی یا ملاح بغاوت کرے یا اور طرح اپنے فرائض کو انجام نہ دے یا ان کی انجام دہی میں قاصر رہے یا

ب : اس نیت سے یا اس امر کے احتمال سے کہ عامۂ خلائق یا کسی فرقے میں خوف یا گھبراہٹ پیدا ہو یا اس کے ذریعہ سے کسی شخص کو کسی جرم خلاف سرکار یا امن عامہ خلائق کے، ارتکاب کی تحریک ہو، یا

ج : اس نیت سے یا اس امر کے احتمال سے کہ کسی فرقہ یا جماعتِ اشخاص کو کسی دوسرے فرقہ یا جماعتِ اشخاص کے مقابلہ میں کسی جرم کے ارتکاب کی تحریک ہو

تو اُس کو قید کی سزا دی جائے گی جس کی میعاد دو سال تک ہو سکے گی یا جرمانے کی یا دونوں سزائیں دی جائیں گی ''۔

اگر کوئی شخص یہ جانتے ہوئے ایسی خبریں شائع کرے کہ یہ صحیح ہیں اور اُس کی نیت بری نہ ہو تو اسے جرم تصور نہیں کیا جائے گا۔

قانون اسرار سرکاری : اس قانون کی رو سے کسی ایسی سرکاری دستاویز کی اشاعت ممنوع ہے جس پر " خفیہ " یا " صیغہ راز میں " کے الفاظ لکھے ہوں۔

قانون تعلقات خارجہ : اس قانون کے ماتحت یہ پابندی لگائی گئی ہے کہ پاکستان کے پڑوس میں جن ممالک کی حکومتوں سے پاکستان کے دوستانہ تعلقات قائم ہیں اُن کے سربراہوں ، فرزندوں یا ولی عہدوں یا وزرائے اعظم کی ایسی ہتک عزت نہ کی جائے جس سے دوستانہ مراسم میں رخنہ پڑنے کا احتمال ہو۔ خلاف ورزی کی سزا وہی ہے جو دفعہ ۱۲۴ - الف تعزیرات پاکستان میں دی گئی ہے۔

ٹیلی گراف ایکٹ : اس قانون کے ماتحت ہنگامی حالات میں یا تحفظ عامہ کے مفاد میں تار کے ذریعے بھیجے ہوئے پیغامات روکے جا سکتے ہیں۔

پوسٹ آفس ایکٹ : اس کی رو سے بعض قابل اعتراض اخبارات کی ترسیل بذریعہ ڈاک ممنوع قرار دی جا سکتی ہے بلکہ ایسی ڈاک روکی بھی جا سکتی ہے۔

سمندری کسٹمز ایکٹ : اس کے ماتحت کسٹم کے حکام کو اختیار دیا گیا ہے کہ وہ ایسے پارسل روک لیں جن میں ایسی مطبوعات موجود ہوں جن کا پاکستان میں داخلہ ممنوع قرار دیا گیا ہو۔

سیکوریٹی آف پاکستان ایکٹ : اس کی دو دفعات صحافت سے تعلق رکھتی ہیں۔ دفعہ ۱۱ کے ماتحت مرکزی حکومت کسی اخبار کے قانونی طور پر ذمہ دار حکام سے مطالبہ کر سکتی ہے کہ وہ اپنی معلومات کے ماخذ کا انکشاف کریں لیکن یہ اختیار صرف ایسی معلومات یا مواد تک محدود ہے جس سے دفاع ، غیر ملکی تعلقات یا پاکستان کی سلامتی کو خطرہ ہو۔

دفعہ ۱۲ کے ماتحت اخبارات پر سنسر شپ لگایا جا سکتا ہے ، کسی مواد کی اشاعت ممنوع قرار دی جا سکتی ہے۔ اور کسی اخبار کو مقررہ معیاد کے لیے بند کیا جا سکتا ہے لیکن یہ اختیارات ان مفادات میں دیے گئے ہیں : پاکستان کا دفاع ، غیر ملکی تعلقات اور سلامتی ، فیڈرل دارالحکومت میں امن عامہ کی برقراری اور وہاں ضروری رسد اور خدمات کو قائم رکھنا۔

امن عامہ کا آرڈی ننس : مغربی پاکستان میں امن عامہ کا جو آرڈی ننس ۱۹٦۰ء میں لاگو ہوُا اُس کے ماتحت انتظامیہ کو اختیار حاصل ہے کہ جب کسی اخبار کو امن عامہ میں خلل ڈالتا پائے تو اُس کی اشاعت ایک مقررہ معیاد کے لیے معطل کر دے -

توہین عدالت

توہین عدالت کا قانون نہایت پیچیدہ ہے - اس کے تمام پہلوؤں کو پیش نظر رکھنا ضروری ہے - جہاں تک اخبارات کا تعلق ہے اس قانون کے بنیادی اصول یہ ہیں :

۱ - کوئی مقدمہ زیر سماعت ہو یا نہ ہو اگر کسی عدالت کو بدنام کیا جائے یا کسی جج یا مجسٹریٹ سے بددیانتی ، نامعقولیت یا نا اہلیت منسوب کی جائے تو یہ توہین عدالت ہے -

۲ - اگر کسی اخبار میں کوئی ایسا مواد چھاپا جائے جو کسی زیر سماعت فوجداری یا دیوانی مقدمے پر تبصرے کا حامل ہو اور جس سے جج ، جیوری ، فریقین ، اُن کے گواہ یا وکلا متاثر ہوتے ہوں- تو یہ توہین عدالت ہے - یہ نہیں دیکھا جاتا کہ تبصرہ کسی زیر سماعت مقدمے پر کیا گیا ہے یا کسی ایسے مقدمے پر ، جسے ابھی پیش ہونا ہے - اصل بات یہ ہوتی ہے کہ آیا تبصرے مین ایسا رجحان موجود ہے جس میں منصفانہ سماعت یا فیصلے کی نوعیت پر برا اثر پڑنے کا احتمال ہو -

۳ - یہ بھی توہین عدالت ہے کہ اخبار کسی زیر سماعت مقدمے کی کارروائی کو متاثر کرنے والا ایسا مواد چھاپیں جس سے یہ احتمال ہو کہ فیصلے سے پہلے ہی عام لوگ کسی ایک فریق کے حامی ہو جائیں گے یا مخالف ہو جائیں گے - اس میں یہ ثابت کرنے کی کی ضرورت نہیں ہوتی کہ ایک جج یا جیوری واقعی متاثر ہو جائیں گے -

۴ - اگر کسی جج یا مجسٹریٹ کے طرز عمل پر عمومی تنقید کی جائے

اور اس سے نہ انصاف کے انتظام اور انصرام میں مداخلت کا امکان پیدا ہوتا ہو ، نہ کسی ایک مقدمے کے سلسلے میں انصاف کے طریق کار میں رکاوٹ پڑتی ہو تو یہ توہین عدالت نہیں ہو گی ۔ یہ الگ بات ہے کہ تنقید ہتک عزت کے قانون کی زد میں آ جائے ۔

جج کو بدنام کرنے میں یہ امور شامل ہیں :

ا ۔ محرکات وابستہ کرنا

ب ۔ بددیانتی ، نامعقولیت یا نااہلیت منسوب کرنا

ج ۔ عدم اعتماد کا اظہار کرنا

د ۔ سیاسی تعصب کا الزام

ہ ۔ انتظامیہ سے جوڑ توڑ کا الزام

و ۔ کنبہ پروری کا الزام

اگر کوئی معاملہ پولیس کے زیر تفتیش ہے اور کوئی گرفتاری نہیں ہوئی تو اس پر تبصرہ توہین عدالت کے مترادف نہیں ہو گا ۔ لیکن جب ملزم زیر حراست ہو اور خواہ اُسے کسی مجسٹریٹ کے سامنے ابھی پیش نہ کیا گیا ہو تو اس پر تبصرہ قانون توہین عدالت کی زد میں آ جائے گا ۔

خواہ مقدمہ زیر سماعت نہ ہو لیکن کارروائی ہونے والی ہو اور اخبار کو اس کا علم ہو اس بارے میں تبصرہ توہین عدالت کا حامل ہو گا ۔

منصفانہ سماعت میں اس طرح بھی رکاوٹ پیدا ہوتی ہے کہ غیر صحیح رپورٹنگ کی جائے یا کسی ایک فریق کے حق میں کارروائی کو بڑھا چڑھا کر یا نمایاں انداز میں چھاپا جائے ۔

مندرجہ ذیل امور بھی توہین عدالت میں شامل ہیں :

١ ۔ گواہوں کو کسی ایک فریق کے حق میں گواہی دینے سے روکنا

٢ ۔ یہ الزام لگانا ، کہ شہادت نامناسب طریقوں سے حاصل کی گئی ہے

٣ ۔ فریقین کے وکلا کے خلاف کسی رائے کا اظہار

٤ ۔ یہ مطالبہ کرنا کہ فلاں وکیل ملزم کے دفاع کی ذمہ داری نہ لے

۵ - کسی ملزم یا فریق کے خلاف قابل اعتراض الفاظ کا استعمال ، خواہ یہ ظریفانہ رنگ میں ہوں
۶ - صرف ایک فریق کا بیان ، عرض داشت یا شہادت چھاپنا ، خواہ اس میں کوئی تبصرہ نہ کیا گیا ہو
۷ - سماعت سے پہلے مقدمے سے تعلق رکھنے والی دستاویزات کی اشاعت
۸ - ملزم کی تصویر چھاپ دینا ، جب اُس کی پہچان کا سوال زیر غور ہو
۹ - گمراہ کن سرخیاں دینا
۱۰ - جس جرم کے الزام میں کوئی شخص گرفتار ہؤا ہو اُس پر آزادانہ تفتیش کر کے اس کے نتائج چھاپ دینا
۱۱ - قانونی ثبوت دریافت کرنے کے لیے اشتہار کی اشاعت یا کسی عرض داشت کو اشتہار کے روپ میں چھاپنا یا کسی جج کے خلاف مظاہرے کی خبر اشتہار کی صورت میں دے دینا
۱۲ - غیرمناسب دباؤ کا الزام

قانون توہین عدالت کی زد سے بچنے کے لیے اخبار نویس کا فرض ہے کہ وہ جو کارروائی چھاپے انتہائی غیر جانبدارانہ انداز میں چھاپے -

ازالۂ حیثیت عرفی

قانون ہر شخص کا یہ حق تسلیم کرتا ہے کہ اُسے دوسروں کی نظر میں جو احترام حاصل ہے - وہ اُسے نقصان پہنچانے والے جھوٹے بیانات سے متاثر نہ ہو - پس حیثیت عرفی ہر شخص کا حق ہے اور اگر کوئی اس کو دور کرتا یا کم کرتا ہے تو وہ ازالۂ حیثیت عرفی کا مرتکب ہے اور قانون کے ماتحت سزا کا مستحق ہے -

جو بیان کسی شخص کے خلاف نفرت پیدا کرتا ہے یا تضحیک پیدا کرتا ہے یا حقارت کے جذبات پیدا کرتا ہے یا اُس کے لیے ایسے حالات پیدا کر دیتا ہے کہ دوسرے اُس کی صحبت سے گریز کرتے ہیں یا جو بیان اُس شخص کو اپنے عہدے ، تجارت یا پیشے میں دوسروں کی نظروں میں

کراتا ہے اُسے (Libel) یا ازالہٌ حیثیت عرفی کا حامل بیان قرار دیا جاتا ہے - اس کی دو قسمیں ہو سکتی ہیں :

۱ - زبانی توہین یا Slander

۲ - تحریری توہین یا Defamation

مقدمہ اسی صورت میں ہو سکتا ہے کہ توہین "شائع" ہو یعنی جس شخص کی توہین ہوئی ہو ، اس کے علاوہ دوسروں تک بھی پہنچی ہو - کوئی چیز شائع اُسی وقت ہوتی ہے جب ناشر یا ایڈیٹر کو اس کا علم ہوتا ہے اور وہ اسے شائع کرنے کا ارادہ کرتے ہیں -

جب کسی اخبار کے خلاف ازالہٌ حیثیت عرفی کا مقدمہ دائر ہو جائے تو وہ اپنے دفاع میں یہ امور پیش کر سکتا ہے :

صداقت اور جواز : اگر اخبار کو یہ معلوم ہے کہ اُس نے جو حقائق شائع کیے وہ واقعی صداقت پر مبنی ہیں اور وہ اس کو ثابت کر سکے تو اشاعت کا جواز پیدا ہو جائے گا - لیکن یاد رہے کہ جو الفاظ شائع ہوئے اُن سب کی صداقت کاملاً ثابت کرنا ضروری ہے اور یہ کافی نہیں ہوگا کہ جزوی طور پر صداقت ثابت کر دی جائے -

جواز کی پوزیشن اختیار کرنے میں اخبار کو بڑی احتیاط سے کام لینا ہو گا - کیونکہ اگر جواز ثابت نہ ہؤا تو جج مجاز ہو گا کہ جب ہرجانے کا تعین کرے تو نہ صرف ازالہٌ حیثیت عرفی کا بیان سامنے رکھے بلکہ یہ امر بھی پیش نظر رکھے کہ ملزم اپنی پوزیشن پر اڑا رہا اور اپنے بیان کی صداقت ثابت کیے بغیر اُسے صحیح قرار دیتا رہا -

منصفانہ تبصرہ : ہم کسی شخصیت کے اجتماعی ، سیاسی یا مجلسی کردار پر تبصرہ کر سکتے ہیں لیکن اُس کی ذاتی زندگی یا نجی معاملات پر تبصرے کے حقدار نہیں ہیں - سیاسی شخصیتیں بہبود معاشرہ اور ملکی مفاد کے حق میں کام کی دعویدار ہیں - اس لیے اُن کا طرز عمل اور کردار "عوامی ملکیت" ہے - اخبارات کو حق حاصل ہے کہ اس طرز عمل یا کردار کے حق میں یا مخالفت میں تبصرہ کریں -

اخبار اپنے جواز میں یہ دلیل پیش کر سکتا ہے کہ ہم نے مفاد عامہ

کے پیش نظر منصفانہ تبصرہ کیا ۔ لیکن اس کے لیے ضروری ہے کہ جن معلومات کی بنا پر تبصرہ کیا گیا وہ صحیح ہوں اور تبصرہ دیانت دارانہ ہو اور اسے منصفانہ انداز میں ’’ نکتہ چینی ‘‘ قرار دیا جا سکتا ہو ۔

استحقاق : اخبار کو اسمبلی ، پارلیمنٹ یا عدالت کی ایسی کارروائی چھاپنے کا استحقاق حاصل ہے جس پر سپیکر یا جج یا مجسٹریٹ نے امتناع اشاعت کی پابندی نہیں لگائی بشرطیکہ رپورٹ غیر جانبدارانہ ، صحیح اور متوازن ہو ۔

زائد المعیاد : اگر ازالہ٘ حیثیت عرفی کے کسی بیان کی اشاعت کے ایک سال کے اندر اندر دعویٰ دائر ہو جائے تو اس کی سماعت ہو سکتی ہے لیکن ایک سال کے بعد معاملہ زائد المعیاد ہو جاتا ہے اور اس پر کارروائی نہیں ہو سکتی ۔

معافی : اگر غلطی سے اخبار میں کوئی ایسی چیز چھپ جائے جس کے بارے میں امکان ہو کہ یہ قانون ازالہ٘ حیثیت عرفی کی زد میں آ سکتی ہے تو مناسب یہی ہے کہ جس وقت کا احساس ہو فوراً اس کی تصحیح چھاپ دی جائے ۔ بلکہ ضروری ہو تو معافی بھی تحریری طور پر مانگ لی جائے اور معذرت نامہ غیر مشروط ، صاف اور واضح الفاظ میں ہو ۔ اگر اس کے باوجود مقدمہ دائر ہوتا ہے تو اُس میں یہ معذرت نامہ بھی دفاع کے طور پر پیش کیا جا سکتا ہے کیونکہ اس سے ظاہر ہوگا کہ غلطی کا ارتکاب غیر ارادی طور پر ہوا اور اخبار کی نیک نیتی بھی ظاہر ہوگی کہ اُس نے فوراً غلطی تسلیم کر لی ۔

ضابطہ٘ تعزیرات پاکستان کی دفعات ۴۹۹ سے ۵۰۲ تک اسی قانون سے تعلق رکھتی ہیں ۔ اب اس قانون میں ایک اہم تبدیلی یہ ہوئی ہے کہ اب یہ جرم قابل دست اندازی پولیس ہے ۔ جس شخص کی شہرت کو نقصان پہنچا ہو وہ پولیس کے پاس رپٹ لکھوا سکتا ہے اور پولیس مناسب سمجھے تو استغاثہ کر سکتی ہے ۔ یہ تبدیلی پاکستان پریس کمشن کی سفارش پر ہوئی ہے ۔

قانون اور صحافی

قانون کی نظر میں معاشرے کے تمام افراد مساوی حیثیت رکھتے ہیں اس لیے یہ کہنا کہ صحافی کو کوئی خصوصی حقوق حاصل ہیں غلط ہے ۔ البتہ صحافی کی خصوصی ذمہ داری ضرور ہے کیونکہ مطبوعہ مواد کی نشر و اشاعت اُس کا منصب ہے اور باشعور صحافیوں کو اس کام میں خاص احتیاط سے کام لینا ہوتا ہے ۔

اگر اخبار نویس اُس ضابطۂ اخلاق پر کاربند ہوں جو ہم نے ایک گذشتہ باب میں پیش کیا ہے تو اُن کے لیے قانون کی زد میں آنے کا کوئی امکان باقی نہیں رہتا ۔

اس باب کا خلاصہ نہیں دیا گیا ہے کیونکہ
قوانین کی پہلے ہی اتنی تلخیص کی جا چکی
ہے کہ مزید تلخیص ممکن نہیں رہی ۔

سوالات

۱ ۔ قانون مطبوعات و صحافت کے نمایاں نقوش بیان کیجیے ۔
۲ ۔ قابل مواخذہ جرائم اور مستثنیات کی وضاحت کیجیے ۔
۳ ۔ اگر کسی اخبار کے حالات کی چھان بین مقصود ہو تو اس کا قانونی طریق کار کیا ہو گا ؟
۴ ۔ قانون توہین عدالت کے نمایاں پہلو بیان کیجیے ۔
۵ ۔ ازالۂ حیثیت عرفی سے کیا مراد ہے ؟

پروف پڑھنا

کتابت شدہ مواد کی تصحیح کے لیے اُردو صحافت میں دو اصطلاحات رائج ہیں - ایک کاپی پڑھنا اور دوسرا پروف پڑھنا - اصلاً پہلی اصطلاح رائج تھی اور پروف پڑھنے کی اصطلاح نمونے کے طور پر چھپے ہوئے مواد کی تصحیح کے سلسلے میں استعمال ہوتی تھی لیکن اب کاپی پڑھنے کی اصطلاح قریب قریب متروک ہو چکی ہے اور کاپی پڑھنے کو پروف پڑھنا ہی کہا جاتا ہے -

پہلے اخبارات میں رواج تھا کہ سب ایڈیٹر خود پروف پڑھتے تھے لیکن اب بہت سے اخباروں میں یہ کام پیشہ ور پروف ریڈروں کے سپرد ہے - بہر حال ہر اخبار نویس کو پروف پڑھنے میں دسترس رکھنا ضروری ہے کیونکہ بعض اوقات یہ کام خود کرنا پڑتا ہے -

پروف پڑھنے کا مطلب یہ ہے کہ جوں جوں کاتب مواد کی کتابت کرتے چلے جائیں کتابت شدہ کاپیوں کو غور سے پڑھا جائے ، اصل مسودے سے اُس کا موازنہ کیا جائے اور جہاں کوئی لفظ یا حرف یا واؤ یا واوین یا وقفہ یا کوئی علامت رہ گئی ہو اُسے درست کر دیا جائے اور پھر کاتب کے حوالے کیا جائے - جب کاتب غلطیاں لگا لے تو اس کے بعد پروف ریڈر اُس کی دوبارہ پڑتال کرے اور دیکھے ، کہ ساری غلطیاں لگ گئی ہیں یا نہیں - اگر کوئی غلطی نہیں لگی تو اُسی وقت کاتب سے کہہ کر اپنے سامنے تصحیح کرا لے-

لیتھو کی چھپائی کے لیے کاتب ایک پیلے سے کاغذ پر ایک خاص رنگ کی روشنائی سے لکھتے ہیں - اس پر تصحیح کے لیے پروف ریڈر عام طور پر پنسل سے نشان لگاتا ہے یا پین بھی استعمال کر لیتا ہے لیکن یہ خیال رکھنا ضروری ہے کہ کاپنگ (Copying) پنسل سے غلطیاں نہ لگائی جائیں کیونکہ اس پنسل سے لگائے ہوئے نشان چھپ جاتے ہیں - کاتب غلط الفاظ

کو ربڑ سے بجھاتا ہے اور جب جگہ صاف ہو جائے تو اس پر صحیح لفظ لکھ دیتا ہے -

آف سیٹ کی چھپائی کے لیے کاتب ایک سفید موسی کاغذ پر ایک خاص قسم کی سیاہ رنگ کی روشنائی سے لکھتا ہے - اس پر تصحیح کے لیے ضروری ہے کہ کتابت شدہ متن کے اندر کسی غلطی کا نشان نہ لگایا جائے کیونکہ یہاں پین سے نشان لگایا جائے یا پنسل سے، وہ چھپ جائے گا - یہاں جو نشان لگایا جائے متن سے باہر لگایا جائے - اُصول یہ ہے کہ کسی سطر کے دائیں نصف حصے میں غلطی ہو تو اُسے کالم کی دائیں جانب صحیح کر کے لکھ دیا جائے اور بائیں نصف حصے میں غلطی ہو تو اُس کی تصحیح کے لیے کالم کی بائیں جانب درستی کا نشان لگایا جائے - آف سیٹ طباعت کے لیے کتابت شدہ کاپی میں کاتب کسی غلط لفظ کو بجھانے کے لیے ربڑ استعمال نہیں کر سکتا ، اس کے لیے اُسے غلط لفظ کی جگہ سے کاغذ کاٹنا پڑتا ہے ، وہاں اور کاغذ جوڑنا پڑتا ہے اور پھر اُس پر صحیح لفظ لکھنا ہوتا ہے -

انگریزی صحافت میں پروف پڑھنے کے دو طریقے ہوتے ہیں -

اول : رہبر خطوط کا طریقہ (Guideline Method)

یہ اُردو میں لیتھو کی کتابت میں عام ہے اور انگریزی کے پروف پڑھنے میں بھی اکثر لوگ یہی طریقہ اختیار کرتے ہیں کیونکہ یہ سادہ طریقہ ہے - جہاں کوئی غلطی ہوتی ہے وہاں سے ایک خط متن کے باہر تک کھینچ کر وہاں صحیح لفظ یا علامت درج کر دی جاتی ہے -

دوم : کتابی پروف کا طریقہ (Book Proof Method)

اس میں متن کے اندر جہاں جہاں کسی چیز کی درستی مطلوب ہو وہاں [٨] اس طرح کی ایک چھوٹی سی علامت بنا دیتے ہیں اور سطروں کے باہر صحیح لفظ ، حرف ، یا علامتیں بنا دیتے ہیں اور انھیں الگ کرنے کے لیے اس طرح (/) کی علامت بناتے ہیں - اس کا اُصول یہ ہے کہ سطر کے دائیں نصف کی غلطیاں سطر کی دائیں جانب لگائی جاتی ہیں اور بائیں نصف کی غلطیاں بائیں جانب -

اُردو میں آف سیٹ طباعت کے لیے جو کتابت کی جاتی ہے اس

کی غلطیاں لگانے کے لیے ایک تیسرا طریقہ رائج ہے ، ملاحظہ ہو ، مندرجہ ذیل نمونہ :

لندن ، جمعہ (رائٹر ، اپ پ) صدر ایوب نے اعلان کیا ہے کہ مسئلہ کشیر

کے منصفانہ تصفیہ کے بغیر پاکستان اور بھارت کے درمیان امن قائم

نہیں ہو سکتا۔ انھوں نے بھارت کو متنبہ کیا کہ وہ مقبوضہ کشمیر کے مسلمانوں کا قتل   قتل عام

بند   عام   عام فوراً بند بند کر دے ۔ صدر آج کراچی سے لندن پہنچتے پر پاکستانی باشندوں   پہنچتے / پہنچنے

اجتماع / اجتماع   کے ایک اجماع سے خطاب کر رہے تھے جو صدر کا استقال کرنے کے لئے   کا استقبال

ہوائی اڈے پر جمع ہو گیا تھا۔

ہم وطنوں   صدر نے اپنے ہم وطنوں کو بتایا کہ پاک بھارت جنگ کے بعد

بھارت نے کشمیریوں کے قتل عالم کی مہم تیز تر کر دی ہے۔ انھوں نے مزید   قتل عام

کے زائد / سے زاید   بتایا کہ ایک لاکھ بیس ہزار کے زائد کشمیری مقبوضہ کشمیر سے کشمیر دھکیلے جا   سے آزاد کشمیر

جا چکے ہیں۔   چکے ہیں۔ مقبوضہ کشمیر میں وحشت و بربیت کا دور دورہ ہے۔   مقبوضہ کشمیر

دہشت

اس سلسلے میں مندرجہ ذیل امور یاد رکھنے کے قابل ہیں :

۱ - متن کے اندر کوئی نشان نہ لگایا جائے ۔

۲ - جو لفظ حذف کرنا ہو اُسے ایک جانب لکھ کر ، اُس پر یہ نشان لگا دیا جائے (×)

۳ - کسی لفظ کو درست کرنا ہو تو ایک جانب پہلے غلط املا میں لفظ لکھا جائے ۔ اُس پر (×) نشان لگایا جائے ۔ پھر (/) نشان لگایا جائے اور اس کے بعد صحیح لفظ لکھ دیا جائے ۔

۴ - اگر کسی سطر میں ایک ہی لفظ غلط ہو تو پھر ایک جانب صحیح لفظ درج کر دیا جائے اور کوئی علامت نہ دی جائے ۔

۵ - کتابی پروف کے طریقے کا یہ پہلو پیش نظر رکھا جائے کہ سطر کے دائیں نصف حصے کی اغلاط سطر کی دائیں جانب لگائی

جائیں اور بائیں نصف حصے کی اغلاط بائیں جانب ۔ مقصود یہ ہے کہ کاتب آسانی سے غلط لفظ دیکھ لے ۔

پروف پڑھنے کا طریقہ : پروف پڑھنے کا ایک طریقہ یہ ہے کہ ایک شخص اصل مسودہ ہاتھ میں لے دوسرا کتابت شدہ کاپی سامنے رکھے ۔ اول الذکر بلند آواز سے مسودہ یوں پڑھے کہ نہ صرف الفاظ پڑھے بلکہ واؤ ، واوین ، وقفوں اور علامتوں کا بھی اعلان کرے اور دوسرا شخص کتابت شدہ کاپی پر ان سب کی پڑتال کرتا چلا جائے اور جہاں غلطی نظر آئے اُسے درست کر لے ۔ دوسرا طریقہ یہ ہے کہ یہ کام ایک ہی شخص کرے ۔ وہ اصل مسودہ اور کتابت شدہ کاپی دونوں اپنے سامنے رکھے اور اُن کا لفظ بہ لفظ اور علامت بہ علامت مقابلہ کرتا چلا جائے ۔ پروف ریڈر عام قاری کے مقابلے پر آہستہ رفتار سے پڑھتا ہے کیونکہ اُسے ایک ایک لفظ کو دیکھنا ہوتا ہے ۔

اگر اصل مسودے میں کوئی غلطی نظر آئے تو پروف ریڈر کا فرض ہے کہ وہ متعلقہ سب ایڈیٹر کی توجہ دلائے ۔ ویسے پروف ریڈر کا منصب صرف یہ ہے کہ وہ اصل مسودے کے مطابق اغلاط صحیح کرے ۔

خلاصہ

لیتھو کی کتابت میں سوائے Copying پنسل کے باقی ہر قسم کی پنسل یا پین کے ساتھ رہبر خطوط کے طریقے کے مطابق غلطیاں درست کی جا سکتی ہیں لیکن آف سیٹ کی طباعت کے لیے کتابت شدہ کاپی کے متن کے اندر کسی قسم کا نشان نہیں لگایا جاتا ۔ ساری غلطیاں متن کے باہر دکھائی جاتی ہیں ۔

سوالات

۱ ۔ پروف پڑھنے کے کون کون سے طریقے رائج ہیں ؟

۲ ۔ آف سیٹ کی کتابت شدہ کاپی کے متن میں کیوں نشان نہیں لگائے جاتے ؟

اشتہارات

تشہیر یا اشتہار بازی پر بحث سے پہلے یہ ضروری ہے کہ اس کی تعریف معین کر لی جائے ۔ اس سلسلے میں چند تعریفیں درج ذیل ہیں :

"کسی تصور ، خدمت یا چیز کے بارے میں معلومات کی نشر و اشاعت ، تاکہ اشتہار دینے والے کے مقصد کے مطابق لوگوں کو مطلوبہ عمل پر آمادہ کیا جائے ۔"

"کسی فرد ، چیز ، خدمت یا تحریک کی مطبوعہ ، تحریری ، زبانی یا تصویری پیشکش ، جو کسی مشتہر نے کھلم کھلا یا اپنے خرچ پر اس مقصد سے کی ہو کہ اس کی فروخت ، استعمال یا ووٹ کے حصول یا تصدیق کے لیے لوگوں کو متاثر کیا جائے ۔"

"کسی جانے پہچانے مشتہر کی طرف سے تصورات ، مصنوعات یا خدمات کی غیر شخصی پیشکش کا ایسا روپ ، جس کے لیے معاوضہ ادا کیا گیا ہو ۔"

اس سے ہم یہ نتیجہ اخذ کرتے ہیں کہ اشتہار بازی یا تشہیر کے چار عمومی موضوع ہیں :

۱ - افراد

۲ - تصورات

۳ - مصنوعات

۴ - خدمات

افراد کی تشہیر میں ایک تو وہ لوگ آتے ہیں جو لوگوں کے لیے تفریح طبع کا سامان بہم پہنچاتے ہیں، مثلاً موسیقار، رقاص، جسمانی ورزش کے کرتب دکھانے والے، ہاتھ کی صفائی یا جادو کے کھیل کرنے والے، وغیرہ۔ دوسرے، وہ لوگ جو انسانوں کے ذہن اور جسم کو آسودگی مہیا کرنے کے دعویدار ہیں، مثلاً نفسیاتی معالج، طبی معالج اور روحانی معالج۔ تیسرے، وہ لوگ شامل ہیں جو سیاسی رہنمائی کے لیے ووٹ کے طلب گار ہوتے ہیں۔ جیسے پاکستان کی صدارتی انتخابی مہم میں فریقین نے اپنے اپنے حق میں اشتہارات چھپوائے تھے یا اضلاعی اور علاقائی اخبارات میں بنیادی جمہوریتوں کی رکنیت کے امیدواروں نے شائع کرائے تھے۔

تصورات کی تشہیر میں ایک تو انتخابی مہم کے اشتہار شامل ہیں۔ جن میں فریقین نے اپنا اپنا موقف واضح کیا تھا اور اپنی اپنی علامت (صدر ایوب: گلاب کا پھول --- محترمہ فاطمہ جناح: لال ٹین) کو زیادہ سے زیادہ آگے بڑھایا تھا۔ دوسرے ان میں وہ اشتہار شامل ہیں جن میں حکومت کی طرف سے اپیل کی جاتی ہے کہ لوگ روزمرہ کے اخراجات میں کفایت کر کے زیادہ سے زیادہ روپیہ بچائیں، زیادہ اناج اُگائیں یا درخت اُگائیں۔

مصنوعات کی تشہیر کے سلسلے میں کسی وضاحت کی ضرورت نہیں۔ کیونکہ ایسے اشتہار ہر روز نظر آتے ہیں۔

خدمات کی تشہیر میں بنک، مختلف اشیا کی مرمت کرنے والے، درزی، ہیئر کٹنگ سیلون، مکانات کی اندرونی آرائش کرنے والے، ماہرین تعمیرات، اخبار وغیرہ شامل ہیں۔

اشتہار بازی کے مقاصد

اشتہار بازی کے چار بڑے مقاصد ہیں --- معلومات کی فراہمی، تشریح، تفریح، اور ترغیب۔

معلومات کی فراہمی: جب نئی مصنوعات تیار ہوتی ہیں یا عوام کے لیے کوئی نئی سہولت مہیا ہوتی ہے تو مشتہر اس کا اعلان کرتا ہے۔ مثلاً سگرٹ کی ایک نئی قسم، ایک نیا صابن، ایک نیا تیل، کار کا نیا ماڈل یا کلیرنس سیل، امداد باہمی کے اصول پر مکانات کی تعمیر کا منصوبہ،

ایک نئی آبادی میں اراضی کی فروخت ، کسی فرم کے دائرۂ کار میں توسیع ، نئی شاخوں کا قیام ، نئی فلموں کا اعلان ، نئی ملازمتوں اور اسامیوں کا اعلان ۔ ایسی تمام معلومات لوگوں کے لیے مفید ہوتی ہیں ۔

تشریح : تشریح یا تاویل کا مطلب یہ ہے کہ بعض اوقات لوگوں کو بتایا جاتا ہے کہ فلاں کمپنی کا دائرۂ خدمت کتنا وسیع ہو رہا ہے ، مثلاً تیل کی کمپنی ملک کے تعمیری منصوبوں میں کس طرح مددگار ہو رہی ہے ۔ فضائی کمپنی کیسی کیسی خدمات انجام دے رہی ہے ۔ بعض صنعتی کمپنیاں رفاہ عامہ کے سلسلے میں کیا کر رہی ہیں ۔ قومی بچت کی تحریک قومی تعمیر میں کس طرح مدد گار ثابت ہو رہی ہے ۔ بیمہ کرا کے انسانی زندگی میں تحفظ کس طرح مہیا کیا جا سکتا ہے وغیرہ ۔

تفریح : اشتہارات میں جو تصاویر یا کارٹون دیے جاتے ہیں یا جب تاریخ کے دلچسپ واقعات پیش کیے جاتے ہیں یا جب کسی چیز کی تشہیر میں ڈرامائی یا افسانوی رنگ پیدا کیا جاتا ہے تو اس کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ قارئین کے لیے تفریح مہیا کر کے ، اس کے ذریعے سے انھیں مصنوعات یا خدمات کی طرف راغب کیا جائے ۔

ترغیب : اشتہار بازی کا بنیادی مقصد یہ ہے کہ لوگوں کو گاہک بننے کی ترغیب دی جائے ۔ ترغیبی اشتہاروں کی دو قسمیں ہوتی ہیں : اول ۔ وہ اشتہار جن میں صرف یہ ترغیب دی جاتی ہے کہ لوگ روپیہ بچائیں یا بیمہ کرائیں یا چائے پئیں ، دوم وہ اشتہار ، جن میں کہا جاتا ہے کہ روپیہ فلاں بنک میں جمع کرائیں ، بیمہ فلاں کمپنی سے کرائیں یا چائے فلاں قسم کی پئیں ۔ چونکہ اشتہار بازی کا بنیادی مقصد گاہک بنانا ہے اس لیے ترغیب ہی زیادہ تر اشتہارات کا موضوع ہوتی ہے ۔

اشتہار بازی کے اصول

اشتہار بازی کے چھ بنیادی اصول ہوتے ہیں — توجہ مبذول کرانا ، دلچسپی پیدا کرنا ، دلچسپی کو قائم رکھنا ، آرزو کی تخلیق ، عمل کی ترغیب اور خیر سگالی پیدا کرنا اور اسے برقرار رکھنا ۔

توجہ مبذول کرانا : ایسا قاری شاذ ہی ہوتا ہے جو کسی اخبار یا رسالے میں اشتہار ڈھونڈنے کی کوشش کرتا ہے ۔ پس یہ اشتہارات کا کام ہے کہ وہ اتنے پرکشش ہوں کہ قاری اُنہیں دیکھنے پر آمادہ ہو جائے ۔

دلچسپی پیدا کرنا : جب وہ دیکھنے پر آمادہ ہو جائے تو ضرورت یہ ہے کہ اُسے پڑھنے پر بھی آمادہ کیا جائے ۔ چنانچہ دلچسپی پیدا کرنے کے لیے کوئی ایسا خیال انگیز بیان دیا جاتا ہے جو قاری کی کسی ضرورت سے وابستہ ہوتا ہے ۔

دلچسپی کو قائم رکھنا : اگلا اُصول یہ ہے کہ قاری اشتہار کو پڑھتا چلا جائے گویا اُس کی دلچسپی قائم رہے یہ اسی صورت میں ممکن ہے کہ اشتہار میں اُس کی کسی ضرورت کے پورا کرنے کے ذرائع دیے جائیں ۔

آرزو کی تخلیق : قاری کو محسوس کرایا جائے کہ وہ مشتہرہ چیز کا آرزو مند ہے ۔ اس کے لیے مختلف محرکات استعمال کیے جاتے ہیں جن کا آگے ذکر ہوگا ۔

ترغیب عمل : صرف آرزو کی تخلیق کافی نہیں ۔ اس کی تکمیل کے لیے عمل کی ترغیب بھی ضروری ہے ۔ مثلاً بتایا جائے کہ یہ چیز فلاں جگہ سے مل سکتی ہے یا اس کے بارے میں مفصل معلومات فلاں پتے سے حاصل ہو سکتی ہیں ۔

خیرسگالی : بعض اشتہارات کا مقصد صرف یہ ہوتا ہے کہ کسی فرم یا ادارے کے حق میں خیرسگالی کی فضا پیدا کی جائے اور اسے برقرار رکھا جائے کیونکہ گاہکوں یا ہونے والے گاہکوں کی توجہ اسی طرح منبدول رکھی جا سکتی ہے ۔

انسانی خواہشات کی کشش

انسان کی بنیادی ضروریات یہ ہوتی ہیں — لذیذ خوراک ، پیاس بجھانے والے مشروبات ، آرام دہ ماحول ، دکھ اور خطرے سے دوری ، جنسی رفاقت ، اعزہ و اقارب کی بہبود ، مجلسی زندگی میں اعلیٰ مقام ، دوسروں پر برتری ، رکاوٹوں پر عبور ، کھیل کود یا تفریح ۔

ثانوی ضروریات یہ ہوتی ہیں — دنیا سے ہم آہنگی ، صحت ، کارکردگی، آسائش ، کسی چیز پر انحصار ، کفایت ، منافع ، حسن ، صفائی ، تجسس ، معلومات اور تعلیم کا اصول -

تشہیر کے ماہرین اشتہار کا ڈیزائن بناتے اور مواد تیار کرتے وقت یہ بات پیش نظر رکھتے ہیں کہ کون کون سی انسانی خواہشات یا ضروریات محرک جذبات کا کام دے سکتی ہیں - یہاں سے ہم اشتہاری کشش کے چند ایسے عموی محرکات کی طرف آتے ہیں جو تقریباً ہمہ گیر نوعیت کے حامل ہیں - ان پر ہم الگ الگ روشنی ڈالیں گے -

بڑا بننے کی خواہش : ہر شخص بڑا بننا چاہتا ہے - وہ دوسروں کو متاثر کرنا چاہتا ہے - معزز لوگوں سے راہ و رسم پیدا کرنے میں فخر محسوس کرتا ہے اور اس بات کا آرزو مند ہے کہ لوگ اس کی قدر کریں - اس مقصد کے لیے دولت کی آرزو بھی پیدا ہوتی ہے - کیونکہ اس مادی دنیا میں بڑا بننے کے لیے دولت ضروری سمجھی جاتی ہے - چنانچہ بعض اشتہارات میں یا تو دولت مند بننے یا بڑے عہدے پر پہنچنے کے محرکات کارفرما ہوتے ہیں یا اچھے لباس اور اچھے ساز و سامان کی پیشکش میں محرک جذبے سے فائدہ اٹھایا جاتا ہے -

خوراک اور مشروبات کی خواہش : بعض اشتہارات میں کسی غذائی چیز یا مشروب کو اس پرکشش انداز میں پیش کیا جاتا ہے - کہ دیکھتے ہی اشتہاء چمک اٹھتی ہے - یہ کوشش ہوتی ہے کہ لوگ کھانوں کے درمیانی وقفوں میں بھی کچھ کھانے پینے کی عادت ڈال لیں - چنانچہ کافی ، چائے اور ٹھنڈے مشروبات کے اشتہارات میں زیادہ سے زیادہ کشش پیدا کی جاتی ہے -

جنسی خواہش : مشہور ماہر نفسیات سگمنڈ فرائڈ تو سارے انسانی عمل میں جنسی خواہش کو سب سے بڑے محرک جذبے کا مقام دیتا ہے - دوسرے ماہرین کہتے ہیں کہ جنس اور بھوک دونوں بنیادی جذبے ہیں - بہرحال مشتہرین نے جنسی خواہش کو بہت زیادہ استعمال کیا ہے - اس کشش کو سامان آرائش و سنگار ، زیورات ، فرنیچر ، اعلیٰ اور عمدہ لباس

اور بعض دوسری چیزوں کے اشتہار میں استعمال کرنا تو ٹھیک ہے لیکن بعض مشتہر اسے ایسی مصنوعات کی تشہیر میں بھی برت لیتے ہیں جن کا اس سے کوئی تعلق نہیں ۔ یہ ایک رواج بن چکا ہے جو غالباً چنداں مفید نہیں ۔

خاندانی خواہش : خاندانی خواہش ایک تو یہ ہوتی ہے کہ بچے پیدا ہوں اور دوسری یہ ہوتی ہے کہ بچے پھلیں پھولیں اور ترقی کریں ۔ چنانچہ بیمہ کمپنیاں ، بنک ، کھلونے بیچنے والے ، بچوں کے لیے صحت قائم رکھنے والی غذا ساز کمپنیاں وغیرہ اپنے اشتہارات میں اس خواہش سے پورا پورا فائدہ اُٹھاتی ہیں ۔ مثلاً "گلیکسو بے بی" کی تصویر دیکھ کر اکثر لوگوں میں یہ خواہش اُبھرتی ہے کہ ہمارا بچہ بھی اسی طرح تندرست ، توانا اور شگفتہ ہو ۔

تحفظ کی خواہش : ہر شخص حفاظت کا خواہش مند ہے ۔ حفاظت کا تقاضا کیا ہے ؟ ایک مضبوط مکان ، مضبوط چھت جو بارش میں نہ ٹپکے ، چوروں سے حفاظت ، سردیوں میں ایسا لباس جو ہوا لگنے سے جسم کو محفوظ رکھے ، چہرے کی حفاظت ، ٹریفک کے حادثات سے بچاؤ ، زیورات اور نقد رقم کی حفاظت ۔ پھر حفاظت کا ایک اور روپ بھی ہے کہ اگر خدانخواستہ شوہر مر جائے تو آمدنی کی کوئی نہ کوئی سبیل باقی رہے تاکہ کنبہ پرورش پا سکے ۔ اتنی پونجی جمع ہو کہ بے روزگاری کی صورت میں بھوکوں مرنے کی نوبت نہ آئے ۔ پس انسان کو قدم قدم پر حفاظت کی ضرورت ہوتی ہے اور بہت سے مشتہر اس ضرورت یا خواہش کو پیش نظر رکھتے ہیں ۔

صحت کی خواہش : جو بیمار ہیں وہ تندرست ہونا چاہتے ہیں ۔ جو تندرست ہیں وہ صحت کو برقرار رکھنا چاہتے ہیں ۔ آج کے صنعتی دور میں زندگی کا جو طریقہ بن گیا ہے اُس میں کھنچاؤ نے بہت سے تندرست لوگوں میں بھی ایسا احساس پیدا کر رکھا ہے کہ وہ تندرست نہیں ہیں اس لیے صحت بخش دعاوی پر مبنی دواؤں کی کھپت کے مواقع بہت زیادہ ہیں ۔ ان میں بہت سی دوائیں ایسی ہیں جن کا کوئی فائدہ نہیں ۔ اس کے باوجود

لوگ انھیں استعمال کرتے ہیں - بعض اوقات طبیعت میں اضمحلال خود بخود دور ہو جاتا ہے اسے دواؤں سے منسوب کیا جاتا ہے - پھر بعض غذاؤں سے ایسی خصوصیات منسوب کر دی جاتی ہیں اور اُن کے اشتہاروں میں بتایا جاتا ہے کہ ان میں فلاں فلاں وٹامن موجود ہیں - بعض غذاؤں کو خواہ مخواہ اور بلا وجہ مُسکّن بتایا جاتا ہے - بہرحال چونکہ صحت کی آرزو ہمہ گیر ہے اس لیے یہ سب چیزیں بکتی ہیں -

آرام کی خواہش : صحت کے ساتھ ساتھ آرام کی خواہش عام ہے - لباس ، ربڑ کے گدے ، فرنیچر ، سگریٹ ، تمباکو ، نقل و حمل کے ذرائع ، ائرکنڈیشننگ — ان سب چیزوں کے اشتہارات میں الفاظ اور تصاویر کے ذریعے آرام کی خواہش کے جذبے کو اُبھارا جاتا ہے -

تفریح کی خواہش : ہر انسان تفریح چاہتا ہے - کچھ فلموں میں مسرت ڈھونڈتے ہیں ، کچھ موسیقی سے لطف اندوز ہوتے ہیں - کھیل کود ، شکار ، پک نک — یہ بھی تفریح کے ذرائع ہیں - سینما ، ریڈیو ، ٹیلی ویژن ، کھیل اور شکار کا سامان ، ورزش جسمانی کے مظاہرے ، میچ ، ٹورنا منٹ ، موسیقی کی محفلیں — ان سب کے مشتہر اس جذبے کو اُبھارتے ہیں بلکہ مشروبات کے تاجر بھی اشتہارات میں ایسی تصاویر پیش کرتے ہیں جن سے ان مشروبات کو مسرت بھری زندگی کا جزو ظاہر کیا جاتا ہے -

حسن کی خواہش : عورتیں حسین نظر آنا چاہتی ہیں - مرد وجیہہ بننا چاہتے ہیں - اس لیے جو مصنوعات حسن اور وجاہت میں اضافے کی دعویدار ہیں اُن کے اشتہارات خاص طور پر خوبصورت بنائے جاتے ہیں - ان مصنوعات میں لباس اور سنگار کا سامان پیش پیش ہے یہاں تک کہ سگرٹوں کے اشتہاروں میں بھی اسی محرک جذبے کو اُبھارا جاتا ہے -

اشتہارات کی اقسام

سینڈیج اور فرائی برگر نے اپنی کتاب (Advertising Theory and Practice by Sandage and Fryburger) میں اشتہارات کی چھ قسمیں درج کی ہیں - ہر قسم کے تحت بیان کیا گیا ہے کہ **کون**

کیا مشتہر کرتا ہے ، اُس کی اپیل **کس کے نام** ہوتی ہے اور **کہاں** ہوتی ہے اور **کون سا رد عمل** مطلوب ہوتا ہے ۔ ان اقسام کو معمولی سے تصرف کے ساتھ ذیل میں درج کیا جاتا ہے :

۱ - قومی اشتہار

کون : روز مرہ استعمال کی اشیا بنانے والے

کیا : مارکہ بند مصنوعات ، جو فرم کے نام سے وابستہ ہیں مثلاً لکس صابن ، سمکا کار ، ٹریٹ بلیڈ ، کالا کولا ہیر آئل

کن کے نام : استعمال کنندگان

کہاں : سارے ملک میں

مطلوبہ رد عمل : ''ہمارے مارکے کی چیز خریدیے''

۲ - پرچون اشتہار

کون : پرچون کی دکانیں ، مثلاً جنرل مرچنٹ ، کپڑے کی دکانیں ، دواؤں کی دکانیں ، دوسری اشیا کے سٹور ، خدماتی ادارے ، مثلاً ڈرائی کلینر ، لانڈریاں اور بنک

کیا : وہ تمام اشیا اور خدمات جو ان مقامات پر دستیاب ہیں

کن کے نام : استعمال کنندگان

کہاں : مقامی منڈی کے رقبے میں

مطلوبہ رد عمل : ''میرے سٹور سے خریدیے''

۳ - صنعتی اشتہار

کون : فولاد ، مشینری ، مشینری کے تیل ، ڈبے اور دفتری ساز و سامان جیسی مصنوعات کو تیار کرنے والے

کیا : صنعتوں میں کام آنے والی یا تجارت میں آسانیاں پیدا کرنے والی اشیا اور خدمات

کن کے نام : صنعتی خریدار
کہاں : سارے ملک میں یا کسی خاص علاقے میں ۔ اس کا انحصار اس بات پر ہے کہ متعلقہ صنعت کا کاروباری رقبہ کتنا ہے
مطلوبہ رد عمل : ''اپنے تجارتی کاموں میں ہماری مصنوعات یا خدمات سے فائدہ اٹھایے''

۴ ۔ تجارتی اشتہار

کون : روز مرہ استعمال کی مارکہ بند یا غیر مارکہ بند اشیا بنانے والے اور اُن کے تقسیم کار
کیا : استعمال کے لیے تیار مصنوعات ، جو تاجر لوگ بیچنے کے لیے حاصل کرتے ہیں
کن کے نام : پرچون اور تھوک کے تاجر
کہاں : سارے ملک میں
مطلوبہ رد عمل : ''ہماری مصنوعات کا سٹاک جمع کیجیے اور ان کی فروخت بڑھایے''

۵ ۔ پیشہ ورانہ اشتہار

کون : ایسی اشیا کو بنانے والے اور اُن کے تقسیم کار ، جن کی فروخت کا دار و مدار پیشہ ور افراد کی سفارش ، تجویز یا نسخے پر ہوتا ہے
کیا : اشیا ، جن کی خریداری کسی پیشہ ور شخص کی سفارش سے متاثر ہوتی ہے
کن کے نام : ڈاکٹر ، دندان ساز ، ماہرین فن تعمیر ، انجنیر ، معلّم ،
کہاں : سارے ملک میں
مطلوبہ رد عمل : ''ہماری چیز تجویز کیجیے''

۶ - غیر مصنوعاتی یا نظریاتی اشتہار :

کون : سیاسی اور غیر سیاسی جماعتیں ، تجارتی اور معاشری گروہ ، مخیر ادارے ، رفاہِ عامہ کے ادارے اور افراد

کیا : ادارے ، عقائد ، نظریات ، معاشری بہبود

کن کے نام : شہری ، ووٹر ، مقامی کارکن یا رہنما

کہاں : قومی یا مقامی سطح پر

مطلوبہ رد عمل : ''میرا نظریہ قبول کیجیے ، میرے امیدوار کو ووٹ دیجیے یا میرے موقف کے حق میں امداد دیجیے''۔

اشتہار بازی کے ذرائع

اشتہار بازی کے بڑے بڑے ذرائع یہ ہیں — اخبارات ، رسالے ، سنیما، ریڈیو ، ٹیلی ویژن ، ڈائرکٹ میل و براہ راست خط کتابت "بیرون در نمائش'' اور نقل و حمل کے وسائل -

اخبارات : اگرچہ بعض ممالک میں ریڈیو اور ٹیلی ویژن بہت ترقی کر چکے ہیں لیکن اب بھی اخبارات ہی ہر جگہ اشتہار بازی کا بہترین ذریعہ قرار دیے جاتے ہیں - پاکستان میں بھی اخبارات ہی کو سیادت حاصل ہے - اخبار مشتہروں کے لیے مفید ہیں اور مشتہر اخباروں کے لیے - اخبار نہ ہوں تو ملک میں کاروبار معرض تعطل میں پڑ جائے اور اشتہار نہ ہوں تو شاید کوئی اخبار زندہ نہ رہ سکے -

اخبارات میں اشتہار دینے کے یہ فوائد ہیں -

۱ - مشتہر کو اپنا پیغام ایک خاص علاقے میں اور ایک خاص قسم کے طبقے تک پہنچانے میں آسانی ہوتی ہے -

۲ - اخبارات میں اشتہار دینے سے پیغام زیادہ افراد تک پہنچتا ہے اور لاگت بھی کم آتی ہے کیونکہ چھوٹے سے چھوٹا اشتہار بھی دیا جا سکتا ہے -

۳ - چونکہ اخبار روز چھپتا ہے اس لیے اشتہار کا مضمون اکثر بلکہ روزانہ بدلا جا سکتا ہے -

۴ - اخبار عوام کی ایک بڑی تعداد تک پہنچتے ہیں اور مسلسل پہنچتے ہیں لیکن رسالوں کے قارئین ان سے کم ہوتے ہیں اور رسالے زیادہ وقفے کے بعد چھپتے ہیں -

رسالے : رسالوں میں اشتہارات کی اشاعت کے یہ فائدے ہیں :

الف - ان کا کاغذ اچھا ہوتا ہے ، طباعت اخباروں سے اکثر بہتر ہوتی ہے اور رنگین طباعت کا تاثر بہتر ہوتا ہے -

ب - اخبار چند گھنٹے میں پرانے ہو جاتے ہیں لیکن رسالے آرام سے پڑھے جاتے ہیں - انھیں کئی بار کھولا جاتا ہے اس لیے اشتہار پر زیادہ مرتبہ نظر پڑتی ہے - اس کے علاوہ اکثر لوگ رسالوں کے فائل بھی رکھتے ہیں - اس طرح اشتہاروں کو پڑھنے کے مواقع بڑھ جاتے ہیں -

ج - اکثر رسالے کے خریدار ہی اسے نہیں پڑھتے دوسرے لوگ بھی پڑھتے ہیں - اس طرح قارئین کی تعداد رسالے کی اشاعت سے کہیں زیادہ ہوتی ہے -

سنیما : بعض بڑے صنعتی اور تجارتی ادارے اپنے کاروبار کے بارے میں چھوٹی چھوٹی دستاویزی فلمیں بناتے ہیں - مقامی دکاندار سنیما سلائیڈز تیار کرتے ہیں - ان فلموں اور سلائیڈوں کی نمائش مختلف سنیماؤں میں ہوتی ہے -

ریڈیو : دنیا کے مختلف ترقی یافتہ ملکوں بالخصوص امریکہ میں ریڈیو تشہیر کا ایک نہایت اہم ذریعہ ہے - ہمارے ہاں سیلون ریڈیو کے کمرشل پروگرام بڑے شوق سے سنے جاتے ہیں - ریڈیو پاکستان ، کراچی بھی کمرشل پروگرام نشر کرتا ہے اور دوسرے شہروں کے ریڈیو سٹیشنوں سے بھی ایسے پروگراموں کے نشر کرنے کے منصوبے بنائے گئے ہیں -

ریڈیو کے کمرشل پروگرام میں ''وقت'' خریدا جاتا ہے - جس وقت زیادہ سامعین کی توقع ہوتی ہے اُس کا معاوضہ بھی زیادہ چارج کیا جاتا ہے - یہ اشتہار کئی روپ لے سکتے ہیں - مثلاً محض زبانی اعلان ، موسیقی کے ایک دلکش پروگرام کے ذریعے سے اعلانات کی اشاعت ، مصنوعات کے کے بارے میں کھیل اور تمثیلچے ، کسی چیز کے اشتہار کی نغماتی پیشکش وغیرہ -

ٹرانسسٹر ریڈیو کے عام ہونے سے ریڈیو ایک نہایت مؤثر ذریعہ بن گیا ہے کیونکہ اب مشتہر کا پیغام ہر جگہ آسانی سے پہنچ سکتا ہے۔ اشتہار کے الفاظ سامعین کو پورے کے پورے سننے پڑتے ہیں کیونکہ اس سے پہلے اور بعد کا پروگرام سننے کے قابل ہوتا ہے اور یہ ممکن نہیں کہ اشتہار کے چند سیکنڈ کے وقفے کے لیے سامع کوئی اور پروگرام لگائے۔

ریڈیائی تشہیر میں کچھ مشکلات بھی ہیں کہ بولے ہوئے الفاظ غائب ہو جاتے ہیں۔ اس کے مقابلے پر اخبار یا رسالے کے اشتہار بار بار دیکھے جا سکتے ہیں۔ پھر ریڈیو پر مصنوعات کی تصویر تو نہیں دکھائی جا سکتی زبان ہی سے اُس کا حال بیان کیا جا سکتا ہے اور یہ اتنا مؤثر نہیں ہوتا۔ اس کے مقابلے پر اخبار یا رسالے میں جو اشتہار چھپتے ہیں اُن میں الفاظ بھی ہوتے ہیں اور تصاویر بھی۔ تیسری بات یہ ہے کہ اگر ریڈیو کا اعلانچی اچھا نہ ہو تو اشتہار کا اثر اور بھی کم ہو جاتا ہے۔

ٹیلی ویژن: ٹیلی ویژن ہمارے ملک میں ابھی ابتدائی مرحلے میں ہے۔ لاہور اور ڈھاکہ میں سٹیشن قائم ہیں اور اُن کا پروگرام صرف بارہ تیرہ میل ددر تک سنا جا سکتا ہے اور مستقبل قریب میں اس امر کا کوئی امکان موجود نہیں کہ اس ملک میں ٹیلی ویژن کے پروگرام ہر جگہ سنے جا سکیں، اس لیے ٹیلی ویژن پر اشتہار بازی مدتوں تک محدود پیمانے پر رہے گی۔ اس کے مقابلے پر امریکہ میں اور یورپ کے بہت سے ملکوں میں اور ایشیا میں جاپان میں ٹیلی ویژن ایک نہایت مؤثر اور ہمہ گیر ذریعۂ ابلاغ بن چکا ہے اور وہاں بہت وسیع پیمانے پر اسے اشتہار بازی کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔

''ٹیلی ویژن تشہیر'' کو ریڈیائی تشہیر پر فوقیت حاصل ہے۔ جس کے بنیادی نکات یہ ہیں:

اول: جو پیغام صرف سنا جائے اُس کے مقابلے پر بیک وقت سنے اور دیکھے جانے والے پیغام کا اثر چھ گنا ہوتا ہے اور جو پیغام صرف دیکھا جائے اور سنا نہ جائے اُس کے مقابلے پر بیک وقت سنے اور دیکھے جانے والے پیغام کا اثر تین گنا ہوتا ہے۔

دوم : بیچنے والے اور گاہک کے درمیان براہِ راست رابطہ پیدا ہوتا ہے ۔

سوم : الیکٹرانی اور بصری اثرات میں اتنا تنوع موجود ہے کہ مصنوعات کی پیش کش کے بے شمار طریقے ممکن ہو جاتے ہیں ۔

چہارم : ٹیلی ویژن ذرائع ابلاغ اجتماعی میں سب سے زیادہ کشش کا موجب ہے اس لیے جن مصنوعات کا اشتہار ٹیلی ویژن پر آتا ہے اُن کی کشش میں بھی اضافہ ہو جاتا ہے ۔

بہر حال اس میں کچھ مشکلات بھی ہیں ۔ مثلاً اخبار تو زیادہ اشتہار آنے پر صفحات کی تعداد بڑھا سکتے ہیں لیکن ٹیلی ویژن کا پروگرام ایک مخصوص وقت میں ہوتا ہے جسے بڑھانا عام طور پر ممکن نہیں ہوتا ۔ دوسرے ٹیلی ویژن پر اشتہارات کا نرخ بہت زیادہ ہوتا ہے ۔

"ڈائرکٹ میل" یا براہ راست خط کتابت : اشتہار کا کوئی روپ ہو اگر اُسے امکانی گاہک تک شخصی انداز میں پہنچایا جائے تو اسے ڈائرکٹ ایڈورٹائزنگ یا ڈائرکٹ میل یا براہ راست خط کتابت یا براہ راست تشہیر کا نام دیا جاتا ہے ۔

اس قسم کی زیادہ تر تشہیر ڈاک کے ذریعے سے ہوتی ہے لیکن بعض قسمیں ایسی بھی ہیں جن کا ڈاک سے تعلق نہیں ہوتا ۔ مثلاً مختلف طریقوں سے اور مختلف طبقات کے افراد میں اشتہار یا پمفلٹ یا کتابچے بانٹے جاتے ہیں ۔ کیلنڈر ، ڈائری ، پنسل ، ایش ٹرے ، بلاٹر وغیرہ تقسیم کیے جاتے ہیں جن پر فرم کا نام درج ہوتا ہے ۔

براہ راست تشہیر پر لاگت زیادہ آتی ہے لیکن اس کے کچھ مخصوص فائدے بھی ہیں ۔ مثلاً

۱ ۔ مشتہر اپنے مخاطب افراد کا انتخاب کر کے ایک حلقے میں اشتہار بازی کر سکتا ہے ۔ مثلاً بعض مشتہر ٹیلی فون ڈائرکٹری سے پتے لے کر اُن کے نام اشتہار یا اشتہاری مکتوب ارسال کرتے ہیں اور ظاہر ہے جو لوگ گھروں پر ٹیلی فون لگواتے ہیں اُن کی قوت خرید ٹھوس ہوتی ہے ۔

۲ - لاگت گھٹانا اور بڑھانا ممکن ہے کیونکہ یہ اپنے بس میں ہوتا ہے کہ کتنے لوگوں سے خطاب کیا جائے اور اُنھیں کس قسم کا اشتہار بھیجا جائے -

۳ - مشتہر اور گاہک کے درمیان براہ راست رابطہ پیدا ہوتا ہے - جب کسی کے نام بذریعہ ڈاک کوئی لفافہ پہنچے تو اُسے کھول کر ضرور پڑھتا ہے اور اُسے یہ بھی احساس پیدا ہوتا ہے کہ مجھے براہ راست خطاب کے قابل سمجھا گیا ہے -

۴ - دوسری قسم کے اشتہاروں میں سائز ، رنگ وغیرہ کی قید ہوتی ہے - یہاں ہر چیز مشتہر کے اپنے اختیار میں ہوتی ہے -

۵ - مشتہر کو اپنی مصنوعات کی فروخت کا ریکارڈ دیکھ کر ٹھیک ٹھیک اندازہ ہو جاتا ہے کہ "ڈائرکٹ میل" کے طریقے سے کیا فائدہ ہؤا اور لوگوں پر کتنا اثر ہؤا -

"بیرون در نمائش" : "بیرون در نمائش" یا آؤٹ ڈور ڈسپلے (Out-door Display) میں یہ چیزیں شامل ہیں — پوسٹر ، بل بورڈ ، سائن بورڈ ، روشنی کے حروف (Neon Signs) ، اشتہاری جلوس ، غرض اشتہار بازی کے وہ تمام روپ جو پبلک کے سامنے آتے ہیں -

اس طرز تشہیر کا فائدہ مقامی ہوتا ہے اور مشتہر کو معلوم ہوتا ہے کہ کون کون سے ایسے مقامات ہیں جہاں لوگوں کی بڑی تعداد جمع ہوتی ہے یا جہاں سے زیادہ لوگ گذرتے ہیں - چنانچہ وہ اپنی ساری مساعی وہیں مرتکز کر دیتا ہے - اس قسم کی اشتہار بازی مقامی ، صوبائی اور قومی — تینوں سطحوں پر ممکن ہے - یہ درست ہے کہ اس ضمن میں آنے والے بعض روپ ایسے ہوتے ہیں جن پر لاگت بہت آتی ہے لیکن زیادہ تر روپ ایسے ہیں کہ ان پر لاگت بہت کم آتی ہے اور اس کے مقابلے پر فائدہ زیادہ ہوتا ہے -

وسائل نقل و حمل کے ذریعے سے تشہیر : وسائل نقل و حمل کے ذریعے سے تشہیر بھی بیرون در نمائش ہی کا ایک روپ ہے - لیکن چونکہ یہ ایک منفرد صنف بن چکی ہے اس لیے اس کا بیان الگ ہوتا ہے - ہمارے ہاں اس قسم کی تشہیر صرف بسوں کے ذریعے سے ہوتی ہے لیکن

دوسرے ملکوں میں زمین دوز ریلوے بھی تشہیر کا بہت بڑا ذریعہ ہے۔ صبح کے وقت تقریباً ہر شخص ان ذرائع کو استعمال کرتا ہے، پھر شام کو بسوں اور زمین دوز ریلوے پر بے پناہ رش ہوتا ہے، ایسے میں مشتہر کا پیغام لاکھوں افراد تک پہنچ جاتا ہے۔

ذریعۂ تشہیر کا انتخاب

بڑی بڑی فرمیں اور صنعتیں یا تو اشتہار بازی کے لیے الگ الگ شعبہ قائم کرتی ہیں یا یہ کام اشتہاری ایجنسیوں کے سپرد کر دیتی ہیں۔ اشتہاری ایجنسی یا ایڈورٹائزنگ ایجنسی کے دفتر میں مختلف قسم کے ماہرین کام کرتے ہیں۔ ذریعۂ تشہیر کا انتخاب، تشہیر کی نوعیت، اشتہارات کی کی عبارت اور "لے آوٹ" — یہ سب کام ایجنسی کے سپرد ہوتے ہیں۔ ایجنسیاں یا فرموں کے اپنے شعبہ ہائے تشہیر یہ مقاصد اپنے سامنے رکھتے ہیں:

الف۔ اشتہاری پیغام زیادہ سے زیادہ ایسے افراد تک پہنچے جن کے بارے میں یہ امکان ہو کہ وہ ایک خاص چیز خرید سکتے ہیں۔

ب۔ لاگت کم از کم آئے۔

اول الذکر مقصد کے لیے ضروری ہے کہ پہلے یہ معلوم کر لیا جائے کہ امکانی استعمال کنندگان کی عادات اور ضروریات کیا ہیں۔ دوسرے، ان تک پہنچنے کے لیے تشہیر کا کون سا طریقہ یا طریقے موزوں ترین ہیں اور ان دونوں کا انحصار اس بات پر ہے کہ مشتہر کتنا روپیہ صرف کر سکتا ہے۔

اس سلسلے میں چند بنیادی سوال اُبھرتے ہیں:

۱ - یہ چیز کون لوگ خریدتے ہیں؟

۲ - یہ لوگ کیسے اخبار پڑھتے ہیں، ریڈیو کے کیسے پروگرام سنتے ہیں۔ ٹیلی ویژن پر کیسے پروگرام دیکھنے کے شوقین ہیں، سنیما جاتے ہیں یا نہیں اور سفر کس ذریعے سے کرتے ہیں، بسوں میں، زمین دوز ریلوے کے ذریعے سے، پیدل یا کاروں میں؟

۳ - ان کی غالب اکثریت تک پہنچنے کے لیے کون سا ذریعۂ تشہیر مؤثر ترین ہے؟

۴ - مؤثر ترین ذرائع تشہیر میں سب سے کم خرچ کونسا ہے ؟
۵ - کیا یہ تشہیر تھوڑے عرصے کے لیے ہوگی یا لمبے عرصے کے لیے ؟
۶ - کیا اس کی کوئی وقتی اہمیت ہے یا نہیں ؟ اگر ہے تو کتنی ؟
۷ - تشہیر کا مجوزہ دائرہ مقامی ہے یا علاقائی یا صوبائی یا قومی ؟

ایجنسیوں یا شعبہ ہائے تشہیر میں سائنسی ریسرچ کے ذریعے سے ان تمام سوالات کے جواب حاصل ہوتے ہیں - انھی کی روشنی میں تشہیر کا پروگرام بنتا ہے - اگر یہ کام ایجنسی کے سپرد ہو تو ایجنسی خود ہی اشتہاروں کے ڈیزائن تیار کرتی ہے - خود ہی ذریعۂ تشہیر کا انتخاب کرتی ہے اور خود ہی بل ادا کرتی ہے اور اُسے اس خدمت کا معاوضہ کمشن کی صورت میں ملتا ہے -

اخبارات کو اشتہار دینے کے پیمانے

اخبارات کو اشتہار دینے کے لیے فرمیں یا ایجنسیاں سب سے پہلے یہ دیکھتی ہیں کہ اخبار کی اشاعت کتنی ہے لیکن اس سلسلے میں اخبار والوں کے بیان پر بھروسہ نہیں کیا جاتا ہے - آڈٹ بیورو آف سرکولیشن (A. B.C. یا Audit Bureau of Circulation) کا سرٹیفکیٹ دیکھا جاتا ہے [تفاصیل "اشاعت" کے باب میں ملاحظہ ہوں] - بعض اخبار اپنی اشاعت کی تصدیق اس بیورو سے نہیں کراتے - ان کی اشاعت معلوم کرنے کے بارے میں دوسرے ذرائع استعمال کیے جاتے ہیں -

دوسرا پیمانہ یہ ہے کہ اخبار کے قارئین کی قوت خرید کتنی ہے - مثلاً قیمتی اشیا صرف وہ لوگ خرید سکتے ہیں جن کی قوت خرید بلند ہو - عین ممکن ہے کہ ایک اخبار کی اشاعت کم ہو لیکن اس کے قارئین میں قوت خرید زیادہ ہو - مثلاً برطانیہ میں "دی ٹائمز" کی اشاعت ڈھائی لاکھ کے لگ بھگ ہے اس کے مقابلے پر "ڈیلی مرر" کی اشاعت پچاس لاکھ سے زیادہ ہے لیکن قیمتی اشیا کے اشتہارات کے لیے "دی ٹائمز" زیادہ موزوں ہے کیونکہ اس کے قارئین ان اشیا کو خریدنے پر قادر ہیں -

تیسرا پیمانہ یہ ہے کہ کس علاقے میں کون سا اخبار زیادہ ہاتھوں میں پہنچتا ہے - ایک میٹرو پالی ٹن اخبار کی اشاعت خواہ زیادہ ہو لیکن وہ تمام علاقوں میں یکساں ہردلعزیز تو نہیں ہو سکتا علاقوں میں علاقائی اخباروں کو خاص رسوخ اور اثر حاصل ہوتا ہے - اس لیے مشتہر یا اشتہاری ایجنسیاں اس بات کا بھی خیال رکھتی ہیں کہ اپنا پیغام علاقائی اخباروں کے ذریعے سے بھی نشر کریں خواہ اُن کی اشاعتیں میٹرو پالی ٹن اخباروں سے کہیں کم ہوں -

اخباری اشتہاروں کی قسمیں

اخباروں میں جو اشتہار چھپتے ہیں اُنھیں مندرجہ ذیل اقسام میں بانٹا جا سکتا ہے -

۱ - **"ترتیب وار" یا "درجہ وار"** : اشتہار جنھیں انگریزی میں .Classified Ads کہتے ہیں - انگریزی اخباروں میں تو یہ اشتہار ہمیشہ سے چلے آتے ہیں لیکن اُردو صحافت میں ان کا آغاز حالیہ سالوں میں ہوا - یہ اشتہار یک کالمی ہوتے ہیں - ضرورت رشتہ ، ضرورت روزگار ، خالی آسامیوں ، کرائے کے لیے خالی مکانات ، کرایہ داروں کی تلاش ، وغیرہ ان کے موضوع ہوتے ہیں -

۲ - **"رہنمائے خرید و فروخت" یا مختصر اشتہار** : انگریزی زبان میں ان اشتہارات کے اوپر Shopping Guide یا Shopping Window لکھا ہوتا ہے - برطانیہ اور امریکہ کے اخباروں میں جمعہ اور ہفتہ کے پرچے میں ایسے بے شمار اشتہار درج ہوتے ہیں - جو لوگ شاپنگ کرنا چاہتے ہیں وہ انھیں ضرور دیکھتے ہے - پاکستان میں اشتہارات کی یہ صنعت ابھی مقبول نہیں ہوئی ، بہرحال ابتدا ہو چکی ہے -

۳- **"تفریحی اشتہارات"** : یعنی وہ اشتہارات جن میں تفریحات کا اعلان ہوتا ہے - مثلاً سنیماؤں کی نئی فلموں کے اعلان ، رقص و موسیقی کی محفلوں کے اشتہار ، تھیٹر کے اشتہار وغیرہ -

۴ - عدالتی اشتہار اور ٹنڈر نوٹس :

۵ - ڈسپلے اشتہار: یہ عام طور پر بڑے بڑے اشتہار کو کہتے ہیں۔ اس کی دو قسمیں ہیں :

اول : **مقامی اشتہار**، جو پرچون کے تاجر دیتے ہیں۔

دوم : **قومی اشتہار**، جو بڑی بڑی فرمیں، صنعتیں اور کاروباری ادارے دیتے ہیں۔ براہ راست بھی دیے جاتے ہیں اور اشتہاری ایجنسیوں کے ذریعے سے بھی۔ بعض سرکاری اشتہار اسی مد میں آتے ہیں۔

اشتہارات کے ماخذ

اشتہارات تین ماخذ سے آتے ہیں :

اول : جو براہِ راست دفتر میں آ جاتے ہیں۔

دوم : جو اخبار کے کنویسر لاتے ہیں۔ کنویسر دو قسم کے ہوتے ہیں۔ ایک وہ، جو اخبار کے ملازم ہوتے ہیں، دوسرے وہ، جو ملازم نہیں ہوتے، کمشن پر کام کرتے ہیں کمشن عام طور پر دس فی صد ہوتی ہے۔

سوم : اشتہاری ایجنسیاں، ان کی دو قسمیں ہیں — مصدقہ اور غیر مصدقہ۔ مصدقہ ایجنسیاں وہ ہوتی ہیں جن کی خوش معاملگی کی تصدیق اخبارات کے انتظامیہ افسروں کی انجمن کرتی ہے۔ یہ کام پاکستان میں "پاکستان نیوز پیپرز سوسائٹی" کرتی ہے۔ غیر مصدقہ ایجنسیاں وہ ہوتی ہیں جو ابھی کاروبار کے ابتدائی مراحل میں ہوتی ہیں اور اُنھوں نے خوش معاملگی یا کاروبار کے سلسلے میں ابھی کوئی ساکھ قائم نہیں کی ہوتی۔

مصدقہ ایجنسیوں کے لیے پندرہ فی صدی کمیشن مقرر ہے۔ غیر مصدقہ ایجنسیوں کو عام طور پر دس فی صدی کمیشن دی جاتی ہے لیکن اخبار چاہیں تو زیادہ بھی دے سکتے ہیں۔

یہ بات یاد رکھنے کے قابل ہے کہ سرکاری اشتہار دفتر میں براہِ راست آتے ہیں اور ان میں خالی اسامیوں کے اشتہارات پر کوئی کمشن نہیں دی جاتی۔

اشتہارات کے ریٹ

"ترتیب وار" یا "درجہ وار" اشتہارات کے ریٹ سطروں کے حساب سے مقرر ہیں - ہر اشتہار میں چار سطریں ہونا لازمی ہے - "رہنمائے خرید و فروخت" یا "مختصر اشتہار" کی مد میں آنے والے اشتہارات کا سائز عام طور پر مقرر ہوتا ہے - مثلاً دو انچ یک کالمی یا ایک انچ دو کالمی - ان کا ریٹ فی اشتہار مقرر کیا جاتا ہے - پہلے اور آخری صفحے پر اخبار کے نام کی تختی کی دائیں اور بائیں جانب جو اشتہار درج ہوتے ہیں انھیں "گوشے" یا Ear Panels کہتے ہیں - ان کا ریٹ بھی فی اشتہار کی بنیاد پر مقرر ہوتا ہے - باقی سب اشتہارات کے ریٹ کالم انچ کے حساب سے چارج ہوتے ہیں - اس قسم کے ریٹ کی دو قسمیں ہیں :

اول : **اتفاقی ریٹ** یا Casual Rate : یہ اُن مشتہروں سے وصول کیا جاتا ہے جو باقاعدہ اشتہار نہیں دیتے - جب ضرورت پڑتی ہے ، دے دیتے ہیں -

دوم : معاہداتی ریٹ یا Contract Rate : یہ ریٹ اتفاقی ریٹ سے کم ہوتا ہے اور اُن مشتہروں سے چارج کیا جاتا ہے جو سال بھر یا چھ مہینے کے لیے یہ معاہدہ کرتے ہیں کہ اس دوران میں ہم اتنے سو یا اتنے ہزار کالم انچ جگہ میں اشتہار دیں گے -

یہ ریٹ ایسے اشتہاروں کے لیے ہیں جو اخبار والے جہاں چاہیں ، چھاپ دیں - بعض اوقات کوئی مشتہر چاہتا ہے کہ اُس کا اشتہار صفحہ اول پر چھاپا جائے یا صفحہ آخر پر چھاپا جائے یا اُسے کسی صفحے پر Sold Pasition یا واحد پوزیشن دی جائے ، یعنی اس صفحے پر اور کسی کا اشتہار نہ ہو - ایسے میں زیادہ ریٹ چارج کیا جاتا ہے مثلاً

صفحہ اول پر دو گنا

صفحہ آخر پر ڈیڑھ گنا

واحد پوزیشن کے لیے ڈیڑھ گنا یا سوا گنا

ریٹ میں رعایت : بعض قسم کے اشتہارات کے ریٹ میں رعایت بھی دی جاتی ہے ، مثلاً

۱ - ''ترتیب وار'' اور ''درجہ دار'' اشتہارات میں - کیونکہ یہ ایک طرح کی خدمت بھی ہوتی ہے -

۲ - ''رہنمائے خرید و فروخت'' یا ''مختصر اشتہار'' میں : اس کی ایک وجہ تو یہ ہے کہ قارئین کو ایسی معلومات درکار ہوتی ہیں کہ کہاں سے کون سی چیز سستے داموں خریدی جا سکتی ہے ، دوسرے ، اخبار والے چاہتے ہیں کہ چھوٹے تاجروں میں اشتہار دینے کا ذوق پیدا کیا جائے - جب اُنھیں معلوم ہوگا کہ اشتہار دینے سے بکری میں اضافہ ہوتا ہے تو وہ بڑے اشتہار دینے کی طرف بھی راغب ہوں گے -

۳ - سنیماؤں اور دوسرے تفریحی اداروں کے اشتہارات میں : ان کا ریٹ عام ریٹ سے نصف ہوتا ہے - اس کی بھی ایک وجہ تو یہ ہے کہ قارئین انھیں دیکھنے کے شوقین ہوتے ہیں دوسری وجہ یہ ہے کہ سنیما والے اخبار کے مستقل گاہک بن جاتے ہیں اور اگر ایسے اشتہارات خاصی تعداد میں ہوں تو ہر مہینے ایک بندھی بندھائی رقم آ جاتی ہے -

۴ - بعض اخبار کتابوں کے اشتہارات کے لیے بھی کم ریٹ چارج کرتے ہیں - مقصد یہ ہوتا ہے کہ علم کو فروغ ہو -

کالم انچ ریٹ کتنا ہوتا ہے

ہر اخبار نے ایک ریٹ کارڈ چھاپا ہوتا ہے جس میں اتفاق ریٹ بھی دیا جاتا ہے اور معاہداتی ریٹ بھی - موخرالذکر ریٹ میں کمی کا پیمانہ یہ ہوتا ہے کہ سال یا چھ مہینے یا اس سے کم عرصے میں کتنے کالم انچ جگہ مخصوص کرائی گئی ہے - جتنی زیادہ جگہ مخصوص کی جاتی ہے اُتنی ہی ریٹ میں رعایت دی جاتی ہے -

سرکاری اشتہارات کے لیے حکومت نے تین ہزار تک اشاعت کے

اخباروں کے لیے دو روپے فی کالم انچ ریٹ مقرر کر رکھا ہے ۔ اس کے بعد ہر ایک ہزار اشاعت کے لیے پچاس پیسے فی کالم انچ اضافہ ہوتا چلا جاتا ہے ۔ مثلاً اگر ایک اخبار کی اشاعت پچاس ہزار ہے تو اس کا ریٹ فی کالم انچ یہ ہو گا :

پہلے تین ہزار پرچوں کے لیے : دو روپے
باقی ۴۷ ہزار اشاعت کے
لیے پچاس پیسے فی ہزار
کے حساب سے : ساڑھے تیئیس روپے
پچاس ہزار اشاعت کے لیے : ساڑھے پچیس روپے

تجارتی اشتہارات کے ریٹ اس سے قدرے زیادہ ہوتے ہیں ۔

براہ راست وصول ہونے والے اشتہار ، چھوٹے ہوں یا بڑے ان کا معاوضہ عام طور پر پیشگی وصول کیا جاتا ہے ۔ کنویسروں کے توسط سے سے آنے والے اشتہارات کا معاوضہ بعض حالتوں میں پیشگی اور بعض حالتوں میں بعد میں لیا جاتا ہے ۔ باقی ہر قسم کے اشتہارات کے ، خواہ وہ سرکاری اداروں سے آئیں یا مصدقہ اشتہاری ایجنسیوں کی طرف سے مہیا ہوں ، بل بعد میں بھیجے جاتے ہیں اور توقع کی جاتی ہے کہ بل کی تاریخ سے ایک ماہ کے اندر اندر ادا ہو جائیں ۔

اشتہاری شعبہ کا انتظام

اشتہارات کے انتظام و انصرام کے لیے ہر اخبار میں ایک الگ شعبہ قائم ہوتا ہے ۔ ایڈورٹائزنگ مینجر اس کا صدر ہوتا ہے ۔ اُس کے کچھ معاون ہوتے ہیں ، کچھ کنولیسر اور کچھ دوسرے لوگ ' جو بل وغیرہ تیار کرتے ہیں ۔ اگر اردو اخبار میں اشتہار انگریزی زبان میں آئے تو یہ شعبہ اُس کا اُردو ترجمہ کراتا ہے ۔ اگر کوئی چھوٹا مشتہر اشتہار کی عبارت یا ڈیزائن کے لیے مشورہ طلب کرتا ہے تو یہ شعبہ اس کا بھی بندوبست کرتا ہے ۔

ادارتی عملے کو اشتہارات کی جگہوں میں رد و بدل کا کوئی اختیار

نہیں ہوتا ، کیونکہ صبح ایڈور ٹائزنگ منیجر ایک ''ڈمی'' ادارتی عملے کو بھیج دیتا ہے - جس میں بتایا جاتا ہے کہ کس کس صفحے پر کون کون سی جگہ اشتہاروں کے لیے مخصوص ہو گی - ادارتی عملہ اُس کے بعد میک اَپ وغیرہ کا فیصلہ کرتا ہے - بعض اوقات کوئی ضروری اشتہار شام کو بھی آئے تو اسے شامل کر لیا جاتا ہے خواہ اس کے لیے پڑھنے کا کچھ مواد حذف کرنا پڑے -

اشتہاری شعبہ ملک کے مختلف تجارتی اور صنعتی شہروں میں اپنے خاص جز وقتی یا کل وقتی نمائندے یا باقاعدہ سب آفس رکھتا ہے تاکہ زیادہ سے زیادہ اشتہار حاصل کیے جا سکیں -

اشتہارات سے آمدنی میں اضافے کے لیے اخبارات ایک تو خاص نمبروں کو ذریعہ بناتے ہیں ، دوسرے تجارتی سپلی منٹ بھی چھاپتے ہیں -

خاص نمبر : عیدالفطر ، عید اضحیٰ ، یوم استقلال ، یوم جمہوریہ اور بعض دوسرے اہم موقعوں پر خاص نمبر چھاپے جاتے ہیں جو اپنے خصوصی مضامین اور تصاویر اور زیادہ صفحات کی وجہ سے معمول سے کہیں زیادہ فروخت ہوتے ہیں ، اس لیے نمبر چھاپنے سے کافی عرصہ پہلے اشتہاری شعبہ تمام مشتہروں اور اشتہاری ایجنسیوں کو اطلاع دیتا ہے کہ ہم فلاں نمبر نکال رہے ہیں اور اس کی متوقع اشاعت اتنی ہوگی - چنانچہ خاص اور بڑے بڑے اشتہار فراہم ہو جاتے ہیں - ان سے متوقع آمدنی کے پیش نظر اخبار اس پوزیشن میں ہوتے ہیں کہ کم قیمت پر زیادہ سے زیادہ صفحات دیں -

تجارتی سپلی منٹ : اشتہارات سے مزید آمدنی کرنے کا ایک ذریعہ خاص تجارتی سپلی منٹ ہیں - مثلاً ایک اخبار فیصلہ کرتا ہے کہ بائسیکلوں کی صنعت پر چار صفحے کا ایک سپلی منٹ چھاپا جائے - وہ بائسیکل بنانے والے مختلف کارخانوں کو اس طرف متوجہ کرتا ہے - ادارتی عملہ مختلف کارخانوں کا تعارف کرانے کے لیے خصوصی فیچر مرتب کرتا ہے اور کارخانے اشتہار دیتے ہیں - اس طرح ایک طرف خاص صنعت پر عوام کی توجہ مبذول کرانا ممکن ہو جاتا ہے ، دوسرے اخبار کی آمدنی میں اضافہ ہو جاتا ہے -

بعض اوقات اشتہاری شعبۂ کسی خاص علاقے سے اشتہار لینا چاہتا ہے ۔ چنانچہ ادارتی شعبے سے مل کر ایک منصوبہ بنایا جاتا ہے ۔ ادارتی شعبہ اُس علاقے کے بارے میں دلچسپ فیچر مرتب کرتا ہے اور اشتہاری شعبہ اُس علاقے کے چھوٹے بڑے تاجروں اور صنعت کاروں سے اشتہار حاصل کرتا ہے ۔ اشاعتی شعبہ (Circulation Department) بھی اس میں دلچسپی لیتا ہے کیونکہ ایک خاص علاقے کے بارے میں سپلی منٹ چھاپنے کی وجہ سے اس علاقے میں اخبار کی اشاعت بڑھانے کا بندوبست کیا جا سکتا ہے ۔ اس طرح اخباری عملے کے تینوں شعبے مل کر کام کرتے ہیں اور اس سے اخبار کو مجموعی طور پر فائدہ ہوتا ہے ۔

اشتہارات کا مواد کس شکل میں آتا ہے ؟

جن اشتہارات کی عبارت سادہ ہوتی ہے اور اُن میں کوئی خاص ڈیزائن نہیں ہوتا وہ عام مسودے کی صورت میں آتے ہیں ۔ اُردو اخبارات اپنے کاتبوں سے ان کی کتابت کرا لیتے ہیں اور انگریزی اخبارات ہدایات کے مطابق انھیں کمپوز کرا لیتے ہیں ۔

باتصویر اور ڈیزائن دار اشتہار آف سیٹ پر چھپنے والے اُردو اخباروں کو اپنی مقررہ صورت میں ملتے ہیں ۔ لیتھو پر چھپنے والے اُردو اخباروں کو یا تو ان کے بلاک فراہم ہوتے ہیں جو کبھی زنک سے بنے ہوئے باقاعدہ بلاک ہوتے ہیں کبھی پلاسٹک سے اور ان سے اخبار والے چربہ نکال لیتے ہیں یا مشتہر حضرات چربہ ہی فراہم کر دیتے ہیں ۔ ''چربہ'' بلاک کے اُس نقش کو کہتے ہیں جو ایسی روشنائی سے تیار ہوتا ہے جس سے کاتب کتابت کرتے ہیں یا ایسی کالی روشنائی سے بنتا ہے جسے کاپی کے ساتھ لگا کر جب زنک کی پلیٹ پر لگایا جاتا ہے تو وہ اُس پر نقش ہو جاتا ہے اور پھر چھپائی ممکن ہوتی ہے ۔

انگریزی اخبارات کو Matrices بھیج دی جاتی ہیں ۔ ''میٹرس'' پیپر ماشی سے بنے ہوئے ایک بھورے رنگ کے گتے کو کہتے ہیں جس پر بلاک کا ڈیزائن کھدا ہوتا ہے ۔ اس سے انگریزی اخبار بلاک تیار کر لیتے ہیں ۔

اشتہارات اور اخباری معیشت

پاکستان میں ایک انگریزی اخبار کی قیمت بیس پیسے ہوتی ہے اور لاگت چالیس پیسے - اُردو اخبار کی قیمت ۱۶ پیسے اور لاگت تیس پیسے - گویا انگریزی اخبار کو ہر پرچے میں بیس پیسے کا گھاٹا پڑتا ہے اور اُردو اخبار کو چودہ پیسے کا - اصل گھاٹا اس سے کہیں زیادہ ہوتا ہے کیونکہ جو اخبار ہم بیس پیسے میں خریدتے ہیں اُس کے دفتر میں بیس پیسے نہیں پہنچتے - پانچ پیسے اخبار فروش یا ہاکر کو ملتے ہیں - دو پیسے اس سول ایجنٹ کو ملتے ہیں جس کے توسط سے اخبار کے پرچے اخبار فروشوں تک پہنچتے ہیں - پھر بس، ٹرین، ٹیکسی یا ہوائی جہاز کے ذریعے سے مختلف مقامات پر اخبارات کے بنڈل بھیجنے پر جو خرچ آتا ہے وہ بھی اخبار کے مالکوں کو برداشت کرنا پڑتا ہے - اس طرح بیس پیسے میں سے اخبار کے دفتر میں مشکل سے بارہ پیسے پہنچتے ہیں - گویا اخبار کے مالکوں کو انگریزی اخبار کے ہر پرچے میں اٹھائیس پیسے کا گھاٹا ہوتا ہے اور اردو اخباروں میں اندازاً بیس اکیس پیسے فی پرچہ خسارہ ہوتا ہے - یہ نقصان اشتہارات کی آمدنی سے پورا کیا جاتا ہے - اس لیے یہ بجا طور پر کہا جاتا ہے کہ اخباری معیشت میں اشتہارات کو شہ رگ کی حیثیت حاصل ہے -

خلاصہ

کسی تصور، خدمت یا چیز کی نشرواشاعت کو تشہیر کہتے ہیں - مقصد یہ ہوتا ہے کہ لوگوں کو مطلوبہ عمل پر آمادہ کیا جائے - اشتہار بازی کے چار عمومی موضوع ہیں - افراد، تصورات، مصنوعات، خدمات - اشتہار بازی کے چار مقاصد ہیں — معلومات کی فراہمی، تشریح، تفریح اور ترغیب - اشتہار بازی کے اصول یہ ہیں: توجہ مبذول کرانا، دلچسپی پیدا کرنا اور اُسے قائم رکھنا، آرزو کی تخلیق، عمل کی ترغیب، اور خیر سگالی پیدا کرنا اور اُسے برقرار رکھنا -

اشتہار بازی ان انسانی محرکات کو استعمال کرتی ہے: بڑا بننے کی

خواہش ، خوراک اور مشروبات کی خواہش ، خاندانی خواہش ، تحفظ کی خواہش صحت کی خواہش ، آرام کی خواہش ، تفریح کی خواہش اور حسن کی خواہش ۔

اشتہارات کے اقسام یہ ہیں : قومی اشتہار ، پرچون اشتہار ، صنعتی اشتہار ، تجارتی اشتہار ، پیشہ ورانہ اشتہار ، غیر مصنوعاتی یا نظریاتی اشتہار ۔

اشتہار بازی کے ذرائع یہ ہیں : اخبارات ، رسالے ، سنیما ، ریڈیو ، ٹیلی ویژن ، براہ راست خط کتابت ، بیرون در نمائش ، وسائل نقل و حمل کے ذریعے سے تشہیر ۔

ذریعۂ تشہیر کے انتخاب میں یہ خیال رکھا جاتا ہے کہ زیادہ سے زیادہ افراد تک کم از کم لاگت سے اشتہاری پیغام پہنچ جائے ۔

اخبارات کو اشتہار دینے کے پیمانے یہ ہوتے ہے : کثیر اشاعت ، قارئین کی قوت خرید اور کسی خاص علاقے میں اخبار کی اشاعت ۔

اخباری اشتہاروں کی قسمیں یہ ہیں : ترتیب وار یا درجہ وار اشتہار ، رہنمائے خرید و فروخت یا مختصر اشتہار ، تفریحی اشتہار ، عدالتی اشتہار اور ٹنڈر نوٹس ، ڈسپلے اشتہار (مقامی اور قومی) ۔

اشتہارات کے ماخذ یہ ہیں : براہ راست آمد ، کنویسروں کے توسط سے اور اشتہاری ایجنسیوں کے ذریعے سے ۔

اشتہارات کے ریٹ دو قسم کے ہوتے ہیں : اتفاق اور معاہداتی ۔ خاص مقامات پر اشتہار دینے کے لیے زیادہ رقم ادا کرنی ہوتی ہے ۔ بعض اقسام کے اشتہاروں کے ریٹ رعایتی ہوتے ہیں ۔

ہر اخبار میں ایک الگ شعبہ اشتہارات ہوتا ہے ۔ جو اشتہارات کی فراہمی ، ترتیب ، کنویسنگ ، ایجنسیوں سے رابطے اور بلوں کی وصولی کے لیے ذمہ دار ہوتا ہے اور خاص نمبروں اور تجارتی سپلی منٹوں کی اشتہاری منصوبہ بندی کرتا ہے ۔

اخباری معیشت میں اشتہارات کو شہ رگ کی حیثیت حاصل ہے ۔ اخبار کی لاگت اس کی قیمت سے کہیں زیادہ ہوتی ہے اور خسارہ اشتہارات کی آمدنی سے پورا ہوتا ہے ۔

سوالات

۱ - "اشتہار بازی" کیا ہوتی ہے ؟ مفصل بحث کیجیے -

۲ - اشتہار بازی کے مقاصد بیان کیجیے -

۳ - اشتہار بازی کے بنیادی اصول کیا کیا ہیں ؟

۴ - وہ کونسی ایسی بنیادی انسانی خواہشات ہیں جنھیں مشتہر محرک جذبات کے طور پر بروئے کار لاتا ہے ؟

۵ - اشتہاروں کی اقسام کا مختصر جائزہ لیجیے -

۶ - اشتہار بازی کے ذرائع کون کون سے ہیں ؟ ذریعے کے انتخاب میں کن باتوں کا خیال رکھا جاتا ہے ؟

۷ - اشتہاری ایجنسی کسے کہتے ہیں ؟ اس کا طریق کار کیا ہوتا ہے ؟

۸ - اخبارات میں اشتہار دینے کے لیے کون کون سے پیمانے مقرر ہیں ؟

۹ - اخباری اشتہاروں کی اقسام کون کون سی ہیں ؟

۱۰ - اشتہارات کے ریٹ کے بارے میں آپ کیا جانتے ہیں ؟

۱۱ - کسی اخبار کے اشتہاری شعبے کے فرائض کیا ہوتے ہیں ؟

۱۲ - "اشتہارات اخباری معیشت کی شہ رگ کی حیثیت رکھتے ہیں" اس پر بحث کیجیے -

اشاعت

کوئی اخبار جس تعداد میں بکتا ہے اُسے اس اخبار کی اشاعت یا سرکولیشن کا نام دیا جاتا ہے ۔ اشاعت دو قسم کی ہوتی ہے — عددی اور اوصافی ۔ عددی اشاعت کا مطلب یہ ہے کہ اخبار خریدنے والوں کی کل تعداد کیا ہے اور اوصافی اشاعت کا مطلب یہ ہوتا ہے کہ کس قسم کے اور کس طبقے کے لوگ اخبار پڑھتے ہیں ۔

اخبار کی اشاعت جتنی زیادہ ہو گی اتنے ہی زیادہ اشتہار اُسے ملیں گے اس لیے ہر اخبار کی یہی کوشش ہوتی ہے کہ اُس کی اشاعت ہر لمحہ بڑھتی چلی جائے تاکہ زیادہ اشتہار آئیں اور زیادہ آمدنی ہو ۔ جب آمدنی بڑھتی ہے تو اخبار کو اور بہتر بنایا جاتا ہے تاکہ اُس کی اشاعت اور بڑھے اور نتیجے کے طور پر آمدنی میں اضافہ ہو۔ یہ جد و جہد مسلسل جاری رہتی ہے ۔

جن ملکوں میں تعلیم عام ہے ۔ صنعت و حرفت عروج پر ہے اور عوام کی قوت خرید زیادہ ہے وہاں اخبارات خوب پھلتے پھولتے ہیں اور جہاں ان عناصر کی کمی ہو وہاں اشاعتیں بھی کم ہوتی ہیں ۔ اخبارات کی اشاعت کے معاملے میں برطانیہ عظمیٰ دنیا بھر میں پیش پیش ہے ۔ وہاں روزانہ اخباروں کی اشاعت ہر ایک ہزار آبادی کے پیچھے پانچ سو چھ ہے ۔ اگر ایک ہزار آبادی کو کنبوں پر تقسیم کیا جائے تو اس کا مطلب یہ ہو گا کہ دو سو کنبے پانچ سو سے زیادہ روزانہ اخبار خریدتے ہیں ۔ سویڈن میں فی ہزار آبادی اشاعت چار سو باسٹھ ہے اور لکسمبرگ میں چار سو پینتالیس ۔ امریکہ اور سوویٹ یونین میں یہ تناسب ڈھائی سو کے لگ بھگ ہے ۔ پاکستان میں ہر ایک ہزار آبادی کے لیے اشاعت صرف سات ہے جس سے معلوم ہوتا ہے کہ پاکستان اس معاملے میں کتنا پس ماندہ ہے ۔

کسی واحد اخبار کی اشاعت میں جاپان دنیا بھر میں سب سے آگے ہے ۔

وہاں ایک اخبار کی اشاعت ستر لاکھ ہے۔ دوسرے درجے پر برطانیہ کا اخبار ''ڈیلی مرر'' ہے جس کی اشاعت پچاس لاکھ سے متجاوز ہے۔ ہفت روزہ اخباروں کی اشاعت میں برطانیہ سب سے آگے ہے۔ جہاں ''نیوز آف دی ورلڈ'' ساٹھ لاکھ سے زیادہ چھپتا ہے۔ امریکہ ماہانہ رسالوں کی اشاعت میں پیش پیش ہے۔ چنانچہ ''ریڈرزڈائی جسٹ'' دنیا کی چودہ زبانوں میں نکلتا ہے اور اس کی کل اشاعت دو کروڑ ساٹھ لاکھ ہے۔ پاکستان میں سب سے کثیرالاشاعت اخبار اُردو میں نکلتا ہے۔ اس کی اشاعت ایک لاکھ سے یقیناً زیادہ ہے۔ اُردو رسالوں میں سے ایک کی اشاعت اسّی ہزار بتائی جاتی ہے۔

پاکستان میں اشاعتیں کم ہونے کی وجوہ یہ ہیں:

۱۔ عوام کی قوت خرید کم ہے۔

۲۔ صنعت و حرفت اور تجارت میں اتنی جان پیدا نہیں ہوئی کہ زیادہ اشتہارات مہیا ہو سکیں۔

۳۔ عوام میں ایک تو اخبار پڑھنے کا شعور کم ہے دوسرے اخبار خریدنے کا شعور اور بھی کم ہے۔

۴۔ خواندگی کا تناسب کم ہے، پانچ سال اور اس سے زیادہ عمر کے افراد میں اُنیس فی صدی سے کچھ زیادہ خواندہ ہیں۔ گویا اکیاسی فی صدی افراد ناخواندہ ہیں۔

۵۔ پاکستان میں ابھی تک کوئی ایسا اخبار نہیں نکلا جو سستا ہو اور جو نیم خواندہ طبقے کی ضروریات پوری کر سکے۔

بہرحال گذشتہ سترہ برس میں ہمارے اخباروں کی اشاعت تین گنا سے زیادہ بڑھی ہے اور آئندہ مزید اضافے کی توقع ہے۔

اشاعت کے عناصر

اخبار نکالتے وقت سب سے پہلے یہ سوچا جاتا ہے کہ آیا یہ کاروباری طور پر منافع بخش ہو گا یا نہیں۔ پس ہمیں یہ دیکھنا ہے کہ اشاعت کے پس پردہ کون سے عناصر کارفرما ہوتے ہیں۔ انہیں ہم الگ الگ بیان کریں گے:

معاشی عناصر : ناشر دو باتیں دیکھتا ہے ۔ اول یہ کہ آیا ایسے افراد کافی تعداد میں موجود ہیں جن میں قوت خرید موجود ہے اور دوسرے ، آیا کاروبار اتنے بڑے پیمانے پر ہوتا ہے کہ اشتہارات مطلوبہ مقدار میں مل سکیں ۔ جس شہر میں زیادہ صنعتیں ہوں گے وہاں زیادہ اشتہار ملیں گے ۔

جغرافیائی اور مواصلاتی عناصر : اگر شہر کو مرکزی حیثیت حاصل ہے ، اس کی آبادی خاصی ہے ، وہاں تعلیمی ادارے خاصی تعداد میں موجود ہیں اور خواندگی کا تناسب معمول سے زیادہ ہے تو اس کا مطلب یہ ہو گا کہ مقامی طور پر پرچے کی کھپت ممکن ہے ۔ سب سے پہلے مقامی اشاعت کو پیش نظر رکھا جاتا ہے ۔ اس کے بعد یہ دیکھا جاتا ہے کہ بسوں ، ٹرینوں اور ہوائی جہازوں کے ذرائع کیسے ہیں ۔ اگر مواصلات کے ذرائع وافر اور مؤثر ہوں تو اس کا مطلب یہ ہے کہ ایک وسیع علاقے میں اشاعت ہو سکتی ہے ۔

اخبار کا اعلیٰ معیار : اشاعت بڑھانے کے لیے ضروری ہے کہ اخبار کا معیار اونچا ہو ۔ اس کا مطلب یہ نہیں کہ اسے اونچے طبقے کے لوگ ہی پڑھیں ۔ مراد یہ ہے کہ اس میں وہ تمام عناصر موجود ہوں جن سے ایک اچھا اخبار عبارت ہوتا ہے ، مثلاً :

۱ ۔ خبروں کی فراہمی کے لیے نہ صرف خبر رساں اداروں کی سروس لی جائے بلکہ خاص نامہ نگار بھی مقرر کیے جائیں تاکہ ایسی خبریں بھی چھپیں جو دوسرے اخباروں میں نہ ہوں ۔

۲ ۔ مقامی خبروں کا اہتمام خصوصیت سے کیا جائے ۔ جس علاقے میں اخبار کی کھپت ہوتی ہے اس کے مختلف حصوں کی خبروں کا مناسب انتظام کیا جائے ۔

۳ ۔ خبروں کی تاویل اور تشریح کے لیے خاص مضامین چھاپے جائیں ۔

۴ ۔ اداریہ نگاری اور کالم نویسی کا معیار اچھا ہو ۔

مختلف طبقات کے ذوق کی آسودگی : اشاعت کی جڑیں مضبوط کرنے کے لیے یہ امور درکار ہیں :

۱ - آبادی کے تمام طبقات کے ذوق کی آسودگی کا سامان فراہم کیا جائے۔

۲ - کنبے کے تمام افراد کے لیے اخبار میں کشش کا سامان موجود ہو۔

۳ - مختلف علاقوں کے حالات مکاتیب کی صورت میں وقتاً فوقتاً دیے جائیں۔

۴ - تصاویر، خبریں اور مضامین اور مراسلات اس انداز سے اور اس پیمانے پر چھاپے جائیں کہ ہر شخص اخبار کو "اپنا اخبار" سمجھے۔

پالیسی : پالیسی ایسی اختیار کی جائے جس سے زیادہ سے زیادہ افراد کو فائدہ ہو۔ عوام کے جذبات و احساسات کی ترجمانی کی جائے۔ ہر چیز میں ذمہ داری سے کام لیا جائے تاکہ لوگ یہ سمجھیں کہ اخبار جو کچھ لکھتا ہے سوچ سمجھ کر لکھتا ہے اور اُن کے دل میں اخبار کے لئے احترام پیدا ہو۔

پیشکش اور طباعت : خبروں کی ترتیب اور پیشکش اور صفحات کی آرائش ایسی ہو کہ لوگ اخبار پڑھنا پسند کریں اور اُنھیں اپنے مطلب کی چیز ڈھونڈنے میں کوئی مشکل نہ پیش آئے۔ میک آپ کے روپ کا انحصار اس بات پر بھی ہوتا ہے کہ قارئین کا ذوق کیا ہے۔ رہی طباعت، تو وہ جتنی حسین اور دلکش ہوگی اتنی ہی اخبار کی محبوبیت اور ہر دل عزیزی میں مدد گار ثابت ہوگی۔

اشاعتی تنظیم

ہر اخبار میں ایک سرکولیشن مینجر ہوتا ہے۔ اس کے فرائض یہ ہوتے ہیں :

۱ - اخبار کی تقسیم اور اشاعت۔

۲ - اشاعت کو فروغ دینے کی تدابیر سوچنا اور اس پر عمل کرانا۔

۳ - پرنٹ آرڈر دینا - یعنی ہر روز یہ بتانا کہ آج اخبار کتنی تعداد میں چھاپا جائے۔

۴ - ایجنٹوں اور ماتحت دفاتر سے رابطہ قائم رکھنا -
۵ - ایجنٹوں سے سیکیورٹی یا ضمانت کی رقوم لینا ، انھیں بل بھیجنا اور بلوں کی وصولی -
۶ - اخبار کی اشاعت کا روزانہ اور ماہانہ گوشوارہ بنانا -

اخبار کی تقسیم : اب سے پون صدی پہلے تک بر عظیم پاک و ہند میں اخبارات نہ سٹالوں پر بکتے تھے ، نہ انھیں ہاکر بازاروں میں پکار پکار کر بیچتے تھے - اخباروں کی اشاعت صرف مستقل خریداروں تک محدود تھی - جب صحافت نے ترقی کی اور اس میں قدرے عوامی رنگ پیدا ہؤا تو پہلے سٹال قائم ہوئے ، پھر ہاکر اخبار بیچنے لگے اور آہستہ آہستہ یہ صورت ہو گئی کہ مستقل خریداروں کی تعداد بہت کم رہ گئی اور اخباروں کی فروخت کا موجودہ نظام مستحکم بنیادوں پر استوار ہؤا -

دوسرے ملکوں میں بھی اشاعت قریب قریب انھی مراحل سے گزری - وہاں اخبار کی فروخت کے مندرجہ ذیل طریقے رائج ہیں :

۱ - دفتر کا انتظام (Office Collect System) - اخبار مستقل تنخواہ پر اخبار فروش ملازم رکھتے ہیں - انھیں شہر کے مختلف حلقے دے دیتے ہیں جہاں یہ لوگ اخبار بیچتے ہیں -
۲ - اخبار فروشوں سے براہ راست رابطہ (Window Sale System) اخبار فروش دفتر میں آتے ہیں - اپنی کمشن منہا کر کے نقد قیمت پیشگی ادا کرتے ہیں اور پرچوں کی مطلوبہ تعداد لے جاتے ہیں -
۳ - سول ایجنٹوں کے ذریعے سے یا Sole Agent System -کسی شہر میں ایک شخص کو سول ایجنٹ مقرر کیا جاتا ہے وہ خود سارے اخبار لیتا ہے اور پھر اخبار فروشوں کے ذریعے سے بیچتا ہے - وہ چاہے تو اخبار فروش ملازم رکھ لے اور چاہے تو کمشن کی بنیاد پر ان سے رابطہ قائم کرے -

بیرونی ملکوں میں کمشن تینتیس فی صدی سے زیادہ نہیں ہوتی - پہلے طریقے میں کمشن کا سوال پیدا نہیں ہوتا کیونکہ اخبار فروش باقاعدہ تنخواہ

لیتے ہیں - دوسرے طریقے کے تحت ساری کمشن اخبار فروش کو ملتی ہے۔ تیسرے طریقے کے مطابق کمشن کا غالب حصہ اخبار فروش کو ملتا ہے اور باقی سول ایجنٹ کو۔

پاکستان میں اخبار کی فروخت کے لیے سول ایجنٹ کا نظام رائج ہے - مشن بڑے شہروں میں اڑتیس یا چالیس فی صدی تک ہوتی ہے - چھوٹے شہروں میں تینتیس فی صدی - اخبار فروش کو پچیس فی صدی اور باقی سول ایجنٹ کو ملتی ہے اور اخبار کا رابطہ صرف سول ایجنٹ سے ہوتا ہے - اس سلسلے میں مندرجہ ذیل امور یاد رکھنے کے قابل ہیں :

۱ - جب کوئی سول ایجنٹ مقرر ہوتا ہے تو اُسے سیکیورٹی یا ضمانت کی رقم جمع کرانی ہوتی ہے - اس رقم کا انحصار پرچوں کی اس تعداد پر ہوتا ہے جو منگوانا چاہتا ہے - فرض کیجیے وہ ایک ہزار پرچے روزانہ لیتا ہے تو اُسے مہینے بھر کے پرچوں کی قیمت ضمانت کے طور پر جمع کرانی ہوتی ہے - جب اُس کی ایجنسی منسوخ ہوتی ہے تو یہ ضمانت واپس ہو جاتی ہے -

۲ - ایجنٹ کو اختیار ہے کہ جو پرچے نہ بکیں وہ واپس کر دے لیکن واپسی کی ایک حد مقرر ہے جو پانچ اور دس فی صدی کے درمیان ہوتی ہے - بعض اخبار ایسے بھی ہیں جو "واپسی" نہیں لیتے -

۳ - ہر مہینے کی ابتدا میں ایجنٹوں کو بل پہنچ جاتے ہیں - یہ بل مہینے کی دس یا پندرہ تاریخ تک ادا کرنے ہوتے ہیں - وقت مقررہ کے اندر اندر ادائیگی پر تھوڑی سی کٹوتی یا Rebate ملتی ہے -

۴ - فارورڈنگ چارجز (Forwarding Charges) اخبار کے ذمے ہوتے ہیں - اس کا مطلب یہ ہے کہ بسوں ، ٹرینوں ، ٹیکسیوں یا طیاروں کے ذریعے سے اخبار کے بنڈل بھیجنے پر جو لاگت آتی ہے وہ اخبار ادا کرتا ہے -

۵ - اخبار کے دفتر میں اخبارات کی ترسیل کا ایک روزانہ گوشوارہ بنایا جاتا ہے اور ایک بڑے رجسٹر میں مفصل حساب درج کیا جاتا

ہے - ہر ایجنٹ کے بارے میں لکھا ہوتا ہے کہ اُسے کتنے پرچے روزانہ بھیجے گئے اور اس طرح ماہانہ حساب کر کے واجب الادا رقم کا اندراج کیا جاتا ہے - ایک اور رجسٹر میں پرچوں کی روزانہ ترسیل کے سلسلے میں یہ اعداد و شمار درج کیے جاتے ہیں -

— لوکل ایجنٹ کو کتنے پرچے بھیجے گئے ؟
— بیرونی ایجنٹوں کو کتنے ارسال ہوئے ؟
— مستقل خریداروں کو کتنے بھیجے گئے ؟
— میزان

اس کے بعد یہ بیان کیا جاتا ہے کہ مقامی طور پر کتنے پرچے اعزازی خریداروں کو بھیجے گئے - بیرونی مقامات پر ایجنٹوں کے توسط سے کتنے اعزازی پرچے گئے اور کتنے اعزازی پرچے ڈاک کے ذریعے سے بھیجے گئے -

آخر میں میزان درج کیا جاتا ہے اور اس سے اوسط یومیہ اشاعت اور اور اوسط یومیہ فروخت نکالی جاتی ہے -

۶ - جن مستقل خریداروں اور اعزازی خریداروں کو ڈاک کے ذریعے سے پرچہ ارسال ہوتا ہے اُن کے پتوں کا ایک رجسٹر ہوتا ہے اور سب کے پتے چھاپ کر رکھے ہوتے ہیں - ہر روز یہ پرچے چیک کیے جاتے ہیں - ان پر دو پیسے فی پرچہ ٹکٹ لگائی جاتی ہے اور پتے کی پرچی چسپاں کر کے انھیں پوسٹ کر دیا جاتا ہے - پتوں میں تبدیلی کا اندراج رجسٹر اور چھپی ہوئی کاپیوں پر کر دیا جاتا ہے -

۷ - پہلے اخبار والے اپنے حساب کے مطابق ایجنٹوں کو بل بھیجتے ہیں - پھر ایجنٹ اپنا حساب بھیجتے ہیں جس میں بتاتے ہیں کہ واپسی کتنی ہے - نیز اگر کسی دن بنڈل نہ پہنچا ہو تو اُس کا بھی ذکر کرتے ہیں اور آخر میں قابل ادائیگی رقم جمع کر کے وہ رقم ارسال کر دیتے ہیں -

اشاعت میں اضافے کی مہم

شعبۂ اشاعت کا فرض ہے کہ ایک تو موجودہ اشاعت کو برقرار رکھے دوسرے اسے بڑھانے کی کوشش میں مصروف رہے - یہ بھی دو قسم کی ہوتی ہے — اندرونی اور بیرونی -

اندرونی مہم سے یہ مراد ہے کہ ایک تو پرچے کو ہر لحاظ سے بہتر بنایا جائے - دوسرے ، ایجنٹوں اور اخبار فروشوں سے زیادہ سے زیادہ رابطہ پیدا کرکے اُنھیں آمادہ کیا جائے کہ وہ نئے خریدار پیدا کریں - اُن کی دعوتیں کی جاتی ہیں - پرچے پر اُن کی نکتہ چینی سن کر اگر محسوس ہو کہ پرچے میں خریدار کے نقطۂ نگاہ سے کچھ معائب ہیں تو اُنھیں دور کیا جاتا ہے - بعض اوقات ایجنٹوں اور اخبار فروشوں کی توجہ کھینچنے کے لیے انعام وغیرہ بھی دیے جاتے ہیں - بعض اخبار ہر روز پوسٹر چھاپتے ہیں جن میں بڑی بڑی سرخیوں کا اندراج ہوتا ہے اور ایجنٹوں کو الگ معاوضہ دے کر ان پوسٹروں کے چسپاں کرنے کا اہتمام ہوتا ہے تاکہ لوگ انھیں دیکھ کر اخبار خریدنے پر مجبور ہو جائیں -

بیرونی مہم میں اشتہار بازی اہم ترین عنصر ہے - پوسٹر ، دوسرے اخباروں میں اشتہار ، پبلک مقامات پر مستقل سائن بورڈ ، سنیما سلائڈز وغیرہ وہ عناصر ہیں جن سے اکثر فائدہ اُٹھایا جاتا ہے - دوسرے ممالک میں تو بیرونی مہم میں بڑے بڑے کرتب شامل رہے ہیں - مثلاً خریداروں کے لیے حادثات کا مفت بیمہ کرایا جاتا تھا - اُن کے لیے تحائف مخصوص کیے جاتے تھے - بہر حال اب اخباری اشاعت کو بڑھانے کے لیے غیر اخباری لالچ دینے کا رواج بہت کم رہ گیا ہے -

ان مہموں سے فائدہ تو ہوتا ہے لیکن زیادہ نہیں - اصل چیز یہی ہے کہ اخبار کے اندر جان اور زندگی ہو اور کنبے کے مختلف افراد کے ذہنی تقاضوں کا زیادہ سے زیاد، خیال رکھا جائے -

آڈٹ بیورو آف سرکولیشن

آڈٹ بیورو آف سرکولیشن (Audit Bureau of Circulation) یا

A. B. C. اُس ادارے کو کہتے ہیں جو ہر چھ ماہ کے بعد اخبار کے حسابات اور پرنٹ آرڈرز اور رجسٹروں کی اچھی طرح جانچ پرکھ کرکے اس اخبار کو ایک سرٹیفکیٹ دیتا ہے جس میں بتایا جاتا ہے کہ اس اخبار کی اوسط روزانہ اشاعت کتنی ہے - یاد رہے کہ اس میں Nett Paid Circulation دی جاتی ہے یعنی اعزازی پرچوں کو حذف کرکے وہ اشاعت دی جاتی ہے جو خریداری پر مبنی ہوتی ہے -

کسی زمانے میں کوئی اخبار اپنی اشاعت بتانا پسند نہیں کرتا تھا اور اگر بتاتا تھا تو بے حد مبالغہ آمیز انداز میں - ۱۹۱۳ء میں امریکہ میں ایسا ادارہ قائم ہؤا - ۱۹۳۱ء میں برطانیہ میں بھی بن گیا لیکن اب بھی برطانیہ میں نصف کے قریب رسالے اور اخبار بیورو کی خدمات سے فائدہ نہیں اٹھاتے - بر عظیم پاک و ہند میں اب سے کوئی پچیس سال پہلے بمبئی میں ایسا ادارہ قائم ہؤا لیکن اتنا وقیع نہیں تھا اور عام طور پر زیادہ اشاعت کا سرٹیفکیٹ دے دیتا تھا -

پاکستان میں چند سال سے حکومت نے ''اے - بی - سی'' قائم کر رکھا ہے - چونکہ اس کی جانچ پرکھ کا معیار بہت کڑا ہے اس لیے بہت سے اخبار اس سے سرٹیفکیٹ لینا پسند نہیں کرتے - البتہ بڑے اخبار سرٹیفکیٹ لیتے ہیں اور یہ صحیح ہوتے ہیں - حکومت اور کاروباری ادارے ، دونوں ان کی بنا پر اشتہاری ریٹ مقرر کرتے ہیں -

خلاصه

اخبارات کو زیادہ عددی ، اوصافی یا علاقائی اشاعت کی بنا پر زیادہ اشتہار ملتے ہیں اس لیے اخبار کی کاروباری حیثیت کو بہتر بنانے کے لیے اشاعت بڑھانا ضروری ہوتا ہے - پاکستان میں اخباری اشاعتوں کی کمی کی وجوہ یہ ہیں قوت خرید کی کمی ، تجارت اور صنعت کا محدود پھیلاؤ ، اخبار پڑھنے اور خریدنے کا کم شعور ، خواندگی کی کمی ، ایسے اخباروں کا فقدان جو نیم خواندہ اور غریب طبقے کے لیے ہوں -

اشاعت کے عناصر یہ ہیں : معاشی عناصر ، جغرافیائی اور مواصلاتی

عناصر ، اخبار کا اعلیٰ معیار ، مختلف طبقات کے ذوق کی آسودگی ، پالیسی ، پیش کش اور طباعت ۔

اخبار کی تقسیم اور فروخت سول ایجنٹوں کے توسط سے ہوتی ہے ۔ انھیں ۳۳ سے ۴۰ فی صدی تک کمشن ملتی ہے جس میں پچیس فی صدی اخبار فروش کی جیب میں جاتی ہے اور باقی سول ایجنٹ کو ۔ فارورڈنگ چارجز اخبار کے ذمے ہوتے ہیں ۔ اخبار کی اشاعت کو قائم رکھنے ، بڑھانے ، پرچے کی تقسیم اور فروخت اور ایجنٹوں سے بلوں کی وصولی ، نیز اشاعت میں اضافے کی اندرونی اور بیرونی مہم چلانے کے کام شعبۂ اشاعت کے سپرد ہوتے ہیں ۔

پاکستان میں حکومت کے زیر اہتمام آڈٹ بیورو آف سرکولیشن (اے ۔ بی ۔ سی) قائم ہے جو ہر چھ ماہ کے بعد ہر بڑے اخبار کے حسابات ، پرنٹ آرڈرز اور رجسٹروں کی اچھی طرح جانچ پرکھ کر کے اوسط روزانہ اشاعت کا سرٹیفکیٹ جاری کرتا ہے ۔

سوالات

۱ ۔ پاکستانی اخباروں کی اشاعت کا دوسرے ممالک کے اخباروں کی اشاعت سے مختصر موازنہ کر کے بتائیے کہ ہمارے اخباروں کی اشاعت کیوں کم ہے ؟

۲ ۔ اشاعت میں کونسے عناصر کار فرما ہوتے ہیں ؟

۳ ۔ اخبار کی اشاعتی تنظیم کا سیر حاصل جائزہ لیجیے۔

۴ ۔ آڈٹ بیورو آف سرکولیشن کے بارے میں آپ کیا جانتے ہیں ؟

اخبار کی طباعت

اب سے دس پندرہ سال پہلے تک اردو کے تمام اخبار لیتھو طریقِ طباعت کے مطابق چھپتے تھے - آج کل بڑے اخباروں نے اسے ترک کر دیا ہے لیکن اب بھی علاقائی اخبارات کی غالب تعداد اور بڑے شہروں کے چند اخبار اسی طرح چھپتے ہیں - یہ طباعت کا قدیم ترین طریقہ ہے - اتنا قدیم، کہ اب گذشتہ چالیس سال سے اس کی مشینیں بنتی ہی نہیں اور ہمارے چھاپے خانوں میں جو مشینیں نصب ہیں وہ سب پرانی ہیں جنھیں وقتاً فوقتاً "اوور ہال" کرایا جاتا ہے - جب مشینوں کی حالت اچھی تھی اور اعلیٰ درجے کی غیر ملکی روشنائی مل جاتی تھی تو اس طریق طباعت میں بھی حسن اور نفاست پیدا کرنا ممکن تھا - لیکن چونکہ نئی مشینیں بننی بند ہو چکی ہیں، پرانی مشینیں بہت پرانی ہیں اور روشنائی بھی خراب ملتی ہے اس لیے اب اس طریق طباعت کا حسن روز بروز ماند پڑ رہا ہے -

اس کی ایک اور وجہ یہ ہے کہ یہ مشینیں جس دور کی یادگار ہیں اُس میں اخباروں کی اشاعت محدود تھی - یہ مشینیں آٹھ دس ہزار پرچے آسانی سے چھاپ سکتی تھیں - اس سے زیادہ جو اخبار چھپتے تھے اُن کی طباعت بھدی ہوتی تھی - اس کا ایک علاج یہ تھا کہ چربہ نکال کر دوبارہ جما لیا جاتا تھا لیکن اس سے بھی کام نہیں بنتا تھا - اب چونکہ مشینیں پرانی ہو چکی ہیں - اس لیے پہلی چند ہزار کاپیاں بھی بھدی ہی چھپتی ہیں -

لیتھو طریق طباعت کا اُصول بہت سادہ ہے - ایک کاغذ پر جس پر لکیریں کھنچی ہوتی ہیں کیمیائی عمل کیا جاتا ہے - اس پر کاتب سیاہی مائل پیلی روشنائی سے کتابت کرتے ہیں - جب تمام خبریں، مضامین، اور اشتہار لکھے جاتے ہیں تو اُنھیں کاٹ کاٹ کر اخبار کے سائز کے مطابق دو صفحوں پر مطلوبہ انداز میں چسپاں کر دیا جاتا ہے - پرانے زمانے میں ان

مشینوں میں پتھروں پر کاپی جمائی جاتی تھی - اب پتھروں کی جگہ زنک پلیٹیں استعمال ہوتی ہیں - ان پر دو صفحوں کی کاپی اُلٹا کر جما دی جاتی ہے - ایک مشین کے ذریعے سے اس پر اچھی طرح دباؤ ڈالا جاتا ہے - اُس کے بعد کاپی اُتار لی جاتی ہے اور اس کا سارا مواد پلیٹ پر اُلٹے حروف میں ثبت ہو جاتا ہے - اس پلیٹ کو مشین میں نصب کرنے سے پہلے اس پر پہلے ایک دستی مشین کی مدد سے چھپائی کی روشنائی کا بیلنا پھیرا جاتا ہے - یہ روشنائی صرف الفاظ اور لائنوں پر لگتی ہے - کبھی کبھی ادھر اُدھر دھبے پڑ جاتے ہیں - انھیں صاف کرنے کے لیے کھٹے کا رس پھیرا جاتا ہے - یہ رس دھبے وغیرہ دور کر دیتا ہے لیکن حروف کو نہیں مٹاتا - جب پلیٹ تیار ہو جاتی ہے تو اسے مشین میں نصب کر دیا جاتا ہے - اور مشین ہی میں ایک جگہ پلیٹ کے سائز کے کاغذات اُوپر تلے رکھ دیے جاتے ہیں - مشین چلتی ہے تو اُس کے ساتھ ہی روشنائی کا بیلنا چلتا رہتا ہے - پلیٹ بیلنے کے نیچے سے گزرتی ہے تو اُوپر سے کاغذ آکر چھپ جاتا ہے اور ایک مقام پر جا گرتا ہے - پھر دوسری بار پلیٹ بیلنے سے گزرتی ہے اور اس طرح چھپائی جاری رہتی ہے -

اس طریق طباعت میں تصاویر نہیں چھپ سکتیں - کیونکہ ان کے لیے بلاک کی ضرورت ہوتی ہے اور بلاک کی چھپائی کی اس مشین میں کوئی گنجائش نہیں - بعض لوگ بلاک سے چربہ نکال کر کاپی میں جوڑ لیتے ہیں لیکن چربہ صاف نہیں چھپتا اور بعض اوقات تو تصویر کے نمایاں نقوش ہی غائب ہو جاتے ہیں -

آف سیٹ طریق طباعت : چونکہ اس طریق طباعت کا اُصول لیتھو ہی سے ملتا ہے اس لیے اسے ''آف سیٹ لیتھو گرافی'' بھی کہتے ہیں - اس کی طباعت میں یہ مرحلے آتے ہیں :

اول : کاتب پتلے مومی کاغذ پر ایک خاص قسم کی کالی روشنائی سے کتابت کرتے ہیں - یہ کتابت آرٹ پیپر پر بھی ہو سکتی ہے -

دوم : تصاویر ، کارٹون ، نقشوں اور خاکوں اور تزئینی ڈیزائنوں یا اشتہاروں کے پازیٹو (Positive) فلم کی صورت میں بنائے جاتے

ہیں ۔ اس کی شکل کسی تصویر کے نیگیٹو (Negative) سے ملتی ہے لیکن فرق یہ ہے کہ یہ Positive ہوتی ہے ۔

سوم : اخبار کے سائز کے دو صفحوں کے برابر کاغذ لے کر سب ایڈیٹر یا میک آپ کا انچارج اسی طرح مطلوبہ ترتیب کے مطابق کاپی جوڑتا ہے جیسے لیتھو میں جوڑی جاتی ہے ۔ یہ کام نیوز روم میں ہوتا ہے ۔

چہارم : کاپی پراسیسنگ کے شعبے Processing Section میں جاتی ہے ۔ اگر آرٹ پیپر پر کتابت ہوئی ہو تو وہاں پہلے اس کا عکس لے کر نیگیٹو (Negative) بنایا جاتا ہے اس کا عکس ایک زنک پلیٹ پر ڈالا جاتا ہے ۔ وہ یوں عکس پذیر یا Sensitize ہوتی ہے کہ جو حصے چھپنے ہوں وہ تو روشنائی کو اپنی طرف کھینچ لیتے ہیں لیکن باقی حصے نہیں کھینچتے ۔ اسے ''آف سیٹ پلیٹ '' کہتے ہیں اور اس پر اُلٹے نہیں ، سیدھے حروف چھپے ہوتے ہیں ۔ اگر کتابت مومی کاغذ پر کی گئی ہو تو نیگیٹو بنانے کی ضرورت نہیں ہوتی اور براہِ راست آف سیٹ پلیٹ بنائی جا سکتی ہے ۔

پنجم ۔ پلیٹیں جوں جوں تیار ہوتی ہیں پریس میں پہنچتی رہتی ہیں ۔ آف سیٹ کی طباعتی مشینیں دو قسم کی ہوتی ہیں ۔ ایک Sheet-Fed کہلاتی ہے ، دوسری Web-Rotary کے نام سے مشہور ہے ۔ اول الذکر مشین ایک وقت پر ایک کاپی یا اخبار کے دو صفحے چھاپتی ہے اور اسے Sheet Fed اس لیے کہا جاتا ہے کہ اس میں کاغذ تختوں اور رموں کی صورت میں استعمال ہوتا ہے ۔ دوسری قسم کی مشین سارا اخبار بیک وقت چھاپتی اور تہ کرتی ہے اس میں کاغذ ریلوں (Reels) کی شکل میں استعمال ہوتا ہے ۔ پاکستان میں اس قسم کی دو مشینیں رائج ہیں ۔ ایک دو یونٹ کی مشین ، دوسری چار یونٹ کی مشین ۔ دو یونٹ کی مشین میں آٹھ صفحے کا اخبار بیک وقت

چھپتا ہے اور چار یونٹ کی مشین میں سولہ صفحے کا۔ اگر سارا اخبار رنگ دار چھاپنا ہو تو چونکہ رنگ کے لیے الگ پلیٹیں بنانی ہوتی ہیں اس لیے دو یونٹ کی مشین پر چار رنگ دار صفحے چھپتے ہیں۔ چار یونٹ کی مشین پر آٹھ رنگ دار صفحے کا اخبار چھپتا ہے اور اگر صرف چار صفحے رنگین چھاپنے ہوں تو چار یونٹ کی مشین پر بارہ صفحے کا اخبار چھپے گا۔ جس میں آٹھ صفحے سادہ ہونگے اور چار صفحے رنگین۔

ششم: اگر Sheet-Fed مشین ہو تو جوں جوں پلیٹیں آئیں گی چھپتی چلی جائیں گی۔ لیکن اگر Web-Rotary مشین ہو تو ظاہر ہے ساری پلیٹیں ایک ہی وقت پر نصب ہوں گی کیونکہ سارا اخبار یک وقت چھپے گا۔

ہفتم: تمام پلیٹوں کو مشین میں بیلن پر چڑھایا جاتا ہے۔ ہر بیلن کے ساتھ ایک اور بیلن ہوتا ہے۔ جس پر ربڑ چڑھایا ہوتا ہے۔ تیسرے بیلن پر کاغذ آتا ہے۔ پلیٹ کا مواد اُلٹے حروف میں ربڑ کے بیلن پر آتا ہے۔ پھر ربڑ کے بیلن سے وہی مواد سیدھے حروف میں کاغذ پر آ جاتا ہے۔ ریل کا کاغذ تمام پلیٹوں اور اُن سے منسلکہ ربڑ کے بیلنوں سے مس ہوتے ہوئے چھپتا چلا جاتا ہے۔ پھر اسی مشین میں کٹائی ہوتی ہے اور چھپا چھپایا تہ شدہ اخبار باہر نکل آتا ہے۔

پاکستان کے تمام بڑے اُردو اخبار آف سیٹ میں چھپتے ہیں اور یہ طریق طباعت صرف اُردو کے لیے مخصوص نہیں دوسری زبانوں کے اخبار بھی اسی طرح چھپ سکتے ہیں۔ فرق صرف یہ ہے کہ اُردو اخباروں میں مواد کی کتابت ہوتی ہے اور دوسری زبانوں کے لیے مواد کی کمپوزنگ ہوتی ہے۔ پاکستان میں ایک شام کے وقت نکلنے والا انگریزی "ڈیلی نیوز" (کراچی) آف سیٹ پر چھپتا ہے۔ چونکہ یہ سب سے زیادہ ترقی یافتہ طریق طباعت ہے اس لیے یورپ اور امریکہ میں جو نئے اخبار جاری ہوتے ہیں یا جو پرانے اخبار نئی مشینیں خریدنا چاہتے ہیں وہ آف سیٹ کے طریق

طباعت کو ترجیح دیتے ہیں - کیونکہ اس سے بلاک سازی کی مصیبت سے چھٹکارا ہو جاتا ہے اور چھپائی بہتر ہوتی ہے -

"لیٹر پریس کا طریق طباعت

پاکستان میں انگریزی (سوائے "ڈیلی نیوز" کے) ، بنگالی ، سندھی اور گجراتی اخبار لیٹر پریس (Letter Press) طریق طباعت کے مطابق چھپتے ہیں اس لیے اس کی وضاحت بھی ضروری ہے -

سب سے پہلے کمپوزنگ یعنی ٹائپ کے ابھرے ہوئے حروف کو جوڑنے اور انہیں سطروں کا روپ دینے کا مرحلہ آتا ہے - سب سے پرانا طریقہ دستی کمپوزنگ کا ہے - مختلف حروف ، ہندسوں اور علامات کے الگ الگ خانے بنے ہوتے ہیں - کمپوزیٹر ایک ایک حرف اٹھا کر لفظ بناتا ہے ، لفظوں کو سطروں کی صورت دیتا ہے اور پھر انہیں کالموں میں فٹ کرتا ہے -

یہ طریقہ ایک تو مشکل ہے دوسرے اس میں کام دیر سے ہوتا ہے - تیسرے ٹائپ کے حروف ٹوٹ پھوٹ جاتے ہیں یا ان کی شکل بگڑ جاتی ہے اس لیے میکانکی مشینیں بنائی گئیں -

میکانکی کمپوزنگ کی تین مشینیں دنیا بھر میں زیر استعمال ہیں - ان کے یہ نام ہیں : لائینو ٹائپ ، مونو ٹائپ اور لڈلو ٹائپوگراف - اصل میں انہیں ٹائپ ڈھالنے والی مشینیں کہنا چاہئے - کیونکہ ان میں سیال سکہ موجود ہوتا ہے جس سے ٹائپ کے حروف ڈھالے جاتے ہیں - ان کا الگ الگ مختصر حال یہ ہے :

لائینو ٹائپ (Lino Type) : اس مشین میں ٹائپ رائٹر کی طرح کا ایک کلیدی بورڈ ہوتا ہے - مشین کا اوپریٹر مواد ٹائپ کرتا چلا جاتا ہے اور حروف لفظوں کا روپ لے کر اور کالم کی چوڑائی کے مطابق سطروں کی صورت میں نکلتے آتے ہیں - پوری سطر دھات کی ایک لائن کی شکل میں باہر آتی ہے اسی وجہ سے اسے لائینو ٹائپ کہا جاتا ہے -

مونو ٹائپ (Mono Type) : یہ مشین دو قسم کے ٹائپ ڈھالتی ہے اول : وہ حروف ، ہندسے اور علامتیں جو دستی کمپوزنگ میں استعمال ہوتے

ہیں ، دوسرے کالم کی چوڑائی کے مطابق پیراگرافوں کی صورت میں ایسامواد ڈھال دیتی ہے جن سے بعد میں کالم اور صفحات مرتب کیے جاتے ہیں۔ اس کے دو حصے ہوتے ہیں ، ایک کلیدی بورڈ اور دوسرا ٹائپ ڈھالنے کا حصہ ۔ کلیدی بورڈ پر اوپریٹر ٹائپ کرتا جاتا ہے اور اس میں سے ایک ٹیپ نکلتی آتی ہے جس میں سوراخ ہوتے ہیں ۔ یہ ٹیپ دوسرے حصے میں ڈال کر مشین چلا دی جاتی ہے اور ٹائپ ڈھل ڈھل کر نکلتا آتا ہے ۔ اس مشین کو صحافت میں تجارتی صفحات کی کمپوزنگ کے لیے خاص طور پر مفید پایا گیا ہے اور بارڈر بنانے میں بھی آسانی رہتی ہے ۔

لڈلو ٹائپو گراف (Ludlow Typograph) : اس مشین کو تجارتی مواد اور سرخیوں کا ٹائپ ڈھالنے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے ۔ پہلے پیتل کی میٹرکس کی دستی کمپوزنگ کی جاتی ہے پھر مشین کے ذریعے سے تازہ ٹائپ ڈھال لیا جاتا ہے ۔

بلاک سازی

اس سے پہلے ، کہ ہم طباعت کے اگلے مرحلے کی تشریح کریں ، مناسب معلوم ہوتا ہے کہ بلاک سازی کے بارے میں چند ضروری معلومات درج کر دیں کیونکہ اس کے بغیر اگلے مرحلے کا عمل سمجھنا مشکل ہو گا ۔

تصاویر ، نقشے ، کارٹون ، خاکے ، گراف اور تزئینی ڈیزائن چھاپنے کے لیے ضروری ہے کہ ان کے بلاک بنائے جائیں ۔ بلاک کی دو قسمیں ہوتی ہیں ، ایک لائن بلاک ، دوسرے ہاف ٹون بلاک ۔ جن "تصاویر" میں یا کالا رنگ ہوتا ہے یا سفید مثلاً نقشے ، کارٹون ، خاکے ، گراف وغیرہ اُن کے لیے لائن بلاک بنائے جاتے ہیں ۔ وجہ تسمیہ یہ ہے کہ ان میں سیاہ و سفید کا امتزاج نہیں ہوتا اور صرف لائنیں بنائی جاتی ہیں ۔ یہ بلاک تانبے یا زنک سے بنائے جاتے ہیں اور انھیں لکڑی پر کیلوں سے ٹھونک دیا جاتا ہے اس عمل کو "ماؤنٹنگ" (Mounting) کہتے ہیں ۔

تصاویر کا بلاک بنانا زیادہ مشکل ہوتا ہے کیونکہ تصویر میں سیاہی اور سفیدی کا امتزاج کئی روپ لیتا ہے اور اصل میں سیاہی اور سفیدی کا

تناسب ہی تصویر تخلیق کرتا ہے - اس کے لیے بلاک پر بے شمار ننھے منے نقطے بنائے جاتے ہیں اسے سکرین (Screen) کہتے ہیں - اعلیٰ قسم کے بلاک میں سکرین پر نقطوں کی تعداد بہت زیادہ ہوتی ہے - اس کا حساب فی مربع انچ سے کیا جاتا ہے - ایک مربع انچ سکرین میں نقطوں کی پچپن سے لے کر ڈیڑھ سو تک لائنیں ہوتی ہیں - چنانچہ جب بلاک بنانے کی فرمائش ہوتی ہے تو سکرین کی موٹائی بتائی جاتی ہے - اخباری تصاویر کے لیے جو سکرین مناسب ہوتی ہے اُس میں پچپن سے ستر لائنیں فی مربع انچ ہوتی ہیں - ہاف ٹون بلاک بھی تانبے یا زنک سے بنائے جاتے ہیں اور ان کی بھی ماؤنٹنگ ہوتی ہے -

بلاک بنانے کا ایک سستا طریقہ یہ ہے کہ دھات کی جگہ پلاسٹک استعمال کی جائے -

طباعت کے طریقے

جب مواد کمپوز ہو جاتا ہے اور تصاویر کے بلاک بن جاتے ہیں تو انہیں ایک چوکھٹے میں اُس ترتیب سے رکھا جاتا ہے جس ترتیب سے اسے چھاپنا مقصود ہے - اسے چاروں طرف سے کس دیا جاتا ہے تاکہ کوئی لفظ یا حرف یا بلاک اپنی جگہ سے ہلنے نہ پائے - اسے ''فارم'' کہتے ہیں -

اس فارم کو چھاپے کی مشین میں رکھ کر چھپائی کی جا سکتی ہے اور تھوڑی اشاعت کے اخبار یونہی چھپتے ہیں اور ایسی مشین کو فلیٹ بیڈ Flat-bed مشین کہتے ہیں کیونکہ اس میں جو ''فارم'' رکھے جاتے ہیں اُن کی سطح فلیٹ یا چپٹی ہوتی ہے - بہر حال جن اخباروں کی اشاعت زیادہ ہوتی ہے اُن کے لیے یہ طریقہ موزوں نہیں کیونکہ ایک تو طباعت میں دیر لگتی ہے دوسرے چھپائی کی روشنی سے ٹائپ گھس گھس کر بد نما ہو جاتا ہے اور چھپائی خراب ہوتی ہے -

روٹری مشین سارا اخبار بیک وقت چھاپتی ہے اور اس میں چونکہ کاغذ ریلوں کی شکل میں استعمال کیا جاتا ہے اس لیے فارم کو نیم دائرے کی صورت میں ہونا چاہیے - چنانچہ جب اصل فارم بن جاتا ہے تو پھر اُس سے

خم دار یا Curved پلیٹیں بنانی ہوتی ہیں جنہیں سٹیریو ٹائپ پلیٹ (Stereotype Plate) کہا جاتا ہے - اسے بنانے کا طریقہ یہ ہے کہ اصل ''فارم'' پر پیپر ماشی کے موٹے گتے کا ایک تختہ بچھا دیا جاتا ہے - یہ گیلا ہوتا ہے - اس پر فیلٹ اور ربڑ کے کمبل ڈالے جاتے ہیں - پھر اس کے اوپر ایک مشین کے ذریعے سے بہت سا دباؤ ڈالا جاتا ہے - دباؤ ڈالنے کے بعد کمبل اُتارے جاتے ہیں اور پھر گتا اُتارا جاتا ہے - گتے پر اصل فارم کے تمام الفاظ، خطوط اور تصاویر کا گہرا نقش کھد جاتا ہے - پھر گتے کو سکھا لیا جاتا ہے - اسے میٹرکس یا میٹ Matrix or Mat کہتے ہیں - ایک میٹرکس پر اخبار کے دو صفحے آتے ہیں -

جوں جوں میٹرکس تیار ہوتے ہیں اُن سے خم دار سٹیریو ٹائپ پلیٹیں تیار ہوتی رہتی ہیں - اس کا طریقہ یہ ہے کہ ایک مشین میں میٹرکس کو خم دار انداز میں فٹ کرکے اُوپر سے بند کر دیا جاتا ہے - اس کے بعد بٹن دبایا جاتا ہے گرم سیال دھات اس پر پھیل جاتی ہے اور جب خشک ہوتی ہے تو جو کچھ مواد اور تصاویر میٹرکس میں کھدی ہوتی ہیں وہ سب پلیٹ پر اُبھرواں انداز میں آ جاتی ہیں -

جب تمام پلیٹیں تیار ہو جاتی ہیں تو انہیں روٹری مشین کے مطلوبہ مقامات پر نصب کر دیا جاتا ہے - کاغذ کی ریل بھی لگا دی جاتی ہے اور جب یہ دیو ہیکل مشین چلتی ہے تو چشم زدن میں پورے کا پورا اخبار چھپ کر، کٹ کر اور تہ ہو کر باہر نکلنا شروع ہوتا ہے - ہزارہا کاپیاں فی گھنٹہ چھپتی چلی جاتی ہیں اور جوں جوں چھپتی ہیں اُن کے بنڈل تیار کر کے مطلوبہ مقامات کو روانہ کیے جاتے ہیں -

ہم نے طباعت کے مختلف طریقوں کی ایک مختصر داستان بیان کر دی ہے لیکن اسے پوری طرح سمجھنے کے لیے ضروری ہے کہ ان طریق ہائے کو کا اپنی آنکھ سے مشاہدہ کیا جائے کہ:

شنیدہ کے بود مانند دیدہ

خلاصہ

[اس باب میں معلومات کی تلخیص اس حد تک کی گئی ہے کہ اس میں مزید خلاصہ بنانا ممکن نہیں اور اگر بنا بھی دیا جائے تو قاری کو اس سے کوئی فائدہ نہیں ہو گا]

سوالات

۱ - لیتھو طریق طباعت کے مختلف مراحل بیان کیجیے -
۲ - لیتھو طریق طباعت کی خرابیاں کون کون سی ہیں ؟
۳ - آف سیٹ طریق طباعت کے نمایاں پہلوؤں اور فوائد پر سیر حاصل تبصرہ کیجیے -
۴ - کمپوزنگ کی مختلف قسموں کی تشریح کیجیے -
۵ - لیٹر پریس طریق طباعت کی وضاحت کیجیے -

اردو صحافت کے میکانکی مسائل

نستعلیق رسم الخط کے حسن و جمال سے ہمیں روایتی پیار ہے ۔ اس کی خوب صورت نوک پلک اور خم و پیچ کو سنوارنے بنانے میں خوش نویس حضرات نے ہزارہا سال سے جس فن کارانہ چابک دستی کا ثبوت دیا ہے ، اس کی داد نہ دینا ظلم ہو گا لیکن اس بات کا کیا کیجیے گا کہ آج کی دنیا کے نت نئے تقاضے ہمیں اس سے کنارہ کش ہونے پر مجبور کر رہے ہیں ۔

اس رسم الخط نے ایران میں جنم لیا ۔ وہیں اوج کمال پر پہنچا ۔ پھر وسط ایشیا کی سرزمینوں میں نمو پائی ۔ افغانستان میں عمل دخل حاصل کیا اور برعظیم پاک و ہند میں فارسی اور اردو ، دونوں زبانوں میں ایسی جگہ پیدا کی کہ آج ہم اس رسم الخط کے بغیر اردو زبان کا تصور کرتے ہوئے تامل کرتے ہیں ۔ عہد حاضر کے میکانکی تقاضوں نے نستعلیق پر یورش کی ۔ خوش نویسی سے لیتھو کی چھپائی اور وہاں سے ٹائپ کی طباعت کے دور آئے ۔ نستعلیق سے پیار کرنے والوں نے ہر چند کوشش کی ، کہ اسے ٹائپ کا روپ دیں لیکن بات نہ بنی ۔ حروف اور جوڑوں کی کثرت تعداد ، حروف کو ایک دوسرے کے اوپر چڑھانے کی دقت اور کمپوزنگ کی مشکلات پر قابو پانے کے باوجود صورت حالات حوصلہ شکن رہی ۔ باریک ٹائپ نہ بن سکا اور سب سے بڑھ کر یہ ، کہ جس نوک پلک اور نشست سے نستعلیق کا حسن عبارت ہے مشین اُسے قائم رکھنے سے عاجز ہو گئی ۔ چنانچہ ایران اور افغانستان نے اسے ترک کر کے نسخ رسم الخط اختیار کر لیا ۔ وسط ایشیا کی ریاستوں میں فارسی زبان کے لیے روسی رسم الخط رائج ہو گیا اور چونکہ ہم آگے بڑھنے میں تامل کرتے ہیں ، جدت سے بدکتے ہیں اور روایت کو سینے سے لگا رکھنے کے قائل ہیں ، اس لیے ہم نے نستعلیق کو اپنی آغوش سے جدا نہ کیا ۔

صدر ایوب نے ایک تقریر میں قوم کو مشورہ دیا کہ وہ آج کے میکانکی تقاضوں کے پیش نظر نسخ رسم الخط (جسے عربی یا قرآنی رسم الخط بھی کہتے ہیں) اختیار کرے۔ یہ مشورہ بہت اہم اور مفید ہے لیکن یہ کوئی نئی بات نہیں۔ برعظیم پاک و ہند کے اہل فکر و دانش ایک سو سال سے ہماری توجہ اس طرف دلاتے رہے ہیں اور سچ پوچھیے تو جس وقت سے اردو صحافت کی ابتدا ہوئی ہے یہ مسئلہ قائم ہے۔ برعظیم کا پہلا اردو اخبار ''جام جہاں نما'' (جس کی زبان چند ہفتے بعد فارسی ہو گئی) ٹائپ میں چھپتا تھا اور یہ ٹائپ نستعلیق اور نسخ کے درمیان مصالحت کا ایک بدنما سا نمونہ تھا۔ اس کے بعد کلکتہ کے بعض فارسی اخباروں نے نستعلیق ٹائپ بنوایا جو ایک تو فنی مشکلات کی وجہ سے خوب صورت نہیں تھا، دوسرے بہت زیادہ جگہ گھیرتا تھا۔ اتنے میں لیتھو طباعت نے ایسی یورش کی کہ سارے اردو اخبار اسی میں چھپنے لگے۔

آج سے ایک سو سال پہلے جب سر سید احمد خاں نے سائنٹفک سوسائٹی بنائی تو اس کی تمام مطبوعات نسخ ٹائپ میں چھپنے لگیں۔ سرسید نے ''تہذیب الاخلاق'' اور ''سائنٹفک سوسائٹی میگزین'' نکالے تو وہ بھی ٹائپ میں چھپنے لگے۔ لیکن دوسروں نے تقلید نہ کی اس کی دو وجوہ تھیں:

اول: لیتھو کے مقابلے میں ٹائپ کی طباعت پر لاگت بہت زیادہ آتی تھی۔

دوم: لوگ نستعلیق آسانی سے پڑھ لیتے تھے لیکن نسخ پڑھنے میں دقت محسوس کرتے تھے۔

بیسویں صدی کے آغاز میں مولانا محمد علی اور مولانا ابوالکلام آزاد نے صحافت میں نسخ ٹائپ کو رواج دینے کی بھرپور کوشش کی۔ مولانا محمد علی نے ۱۹۱۳ء میں دہلی سے روز نامہ ''ہمدرد'' جاری کیا جو تمام و کمال نسخ ٹائپ میں چھپتا تھا۔ لیکن اس اخبار کی اشاعت بڑھنے نہ پائی اور چار و ناچار لیتھو کی طرف رجوع کرنا پڑا۔ محمد علی لکھتے ہیں: ''بیروت کا نسخ کا ٹائپ مسلمانِ ہند میں مقبول نہ ہو سکا، تو سال بھر نقصان اٹھا

کر میں نے لیتھو کی دو مشینیں خریدیں اور دور جدید سے رجعت قہقری کر کے دور حجر کی طرف عود کیا۔ لیتھو کا خط نستعلیق بے شک مقبول ہؤا اور روز بروز اشاعت بڑھنے لگی"۔

یہ تھا الم ناک انجام، برعظیم کے اس پہلے روز نامے کا، جس نے نسخ ٹائپ اختیار کرنے کی جرأت کی تھی۔ مولانا ابوالکلام آزاد قدرے کامیاب رہے کیونکہ ان کے ہفت روزہ جرائد "الہلال" اور "البلاغ" عوام کے لیے نہیں، علم و ادب اور سیاست کے ایسے شیدائیوں کے لیے تھے جو طبقۂ خواص سے تعلق رکھتے تھے (یہاں میں نے "خواص" کا لفظ مادی اعتبار سے نہیں، علمی اعتبار سے استعمال کیا ہے)۔ یہ دونوں اخبار خوب چلے لیکن اجنبی راج پر شدید نکتہ چینی جان لیوا ثابت ہوئی۔

اس کے بعد نسخ ٹائپ کے لیے بدنصیبی کا ایک طویل دور شروع ہؤا۔ اس زمانے میں نسخ کا رواج محدود پیمانے پر رہا۔ انجمن ترقیٔ اردو، ہندوستانی اکادمی (الہ آباد) اور عثمانیہ یونیورسٹی (حیدر آباد دکن) کی مطبوعات اور سہ ماہی مجلے نسخ میں طبع ہوتے رہے لیکن کسی اخبار کو ایسی جرأت نصیب نہ ہوئی۔ ۱۹۲۷ء میں مولانا ابوالکلام آزاد نے "الہلال" کا احیا کیا تو انہیں بھی یہ جرأت نہ ہوئی کہ سارا اخبار ٹائپ میں چھاپیں۔ انہوں نے نصف حصہ لیتھو میں اور نصف ٹائپ میں دیا۔ ٹائپ کے دو نمونے پیش کیے۔ ایک، جسے وہ نسخ یا عربی ٹائپ کہتے تھے اور دوسرا، جسے وہ اُردو ٹائپ کا نام دیتے تھے، جو نستعلیق نہیں تھا محض نسخ ہی کا ایک روپ تھا۔ مولانا نے پہلی مرتبہ قارئین سے استصواب آرا کی رسم شروع کی۔ چنانچہ اس مسئلے پر ایک چھوٹا سا سوال نامہ کئی مہینے چھپتا رہا اور وقتاً فوقتاً موصول شدہ آرا کے اعداد و شمار درج ہوتے رہے۔ "الہلال" کا یہ دور مختصر رہا۔ اس لیے رائے شماری بھی نامکمل رہی۔ بہرحال اس کے آخری نتائج ملاحظہ ہوں:

لیتھو طباعت کے حق میں	۳۲۰
لیتھو اور نسخ، دونوں کے حق میں	۸۰۲
"اردو ٹائپ" کے حق میں	۵۳۵

نسخ یا عربی ٹائپ کے حق میں	۲۵۵
نستعلیق ٹائپ کے حق میں	۱۹۰
میزان	۲۱۰۲

اس دوران میں نستعلیق ٹائپ بنانے کی کوشش بھی جاری رہی لیکن اِسے قبول عام نصیب نہ ہؤا - ۱۹۳۰ء اور ۱۹۴۰ء کے درمیانی عرصے میں حیدرآباد دکن اور بعض دوسرے مقامات پر نستعلیق ٹائپ بنایا گیا لیکن صرف ایک ہی اخبار نے اسے اختیار کیا اور وہ تھا ، لاہور کا ہفت روزہ ''دور جدید'' - اس کے چند صفحے نستعلیق میں چھپتے تھے - یہ ٹائپ خوبصورت تھا لیکن ایک تو دستی کمپوزنگ کی وجہ سے بہت دیر لگتی تھی دوسرے عام کتابت سے پانچ گنا جگہ لیتا تھا چنانچہ اسے ترک کر دیا گیا -

نسخ کے رواج کی ابتدائی کوشش: اُردو صحافت میں نسخ ٹائپ کو رواج دینے کے لیے تقسیم کے بعد چند سنجیدہ کوششیں ہوئیں - مثلاً ''ڈان'' (کراچی) کا اردو ایڈیشن ٹائپ میں چھپنے لگا - یہ برعظیم کا دوسرا اردو روز نامہ تھا جس نے نسخ ٹائپ کو مکمل طور پر اختیار کیا - لیکن یہ پرچہ ناکام رہا - کیونکہ ایک تو ٹائپ بدنما تھا ، دوسرے مواد غیر دلچسپ تھا ، تیسرے میک اپ نہ ہونے کے برابر تھا اور چوتھے سرخیوں کا ٹائپ اور بھی بھدا تھا - گویا کوئی بھی خوبی موجود نہیں تھی - ۱۹۴۹ء میں ہفت روزہ ''قندیل'' نے آٹھ صفحات نسخ میں چھاپنے شروع کیے - اور چند ماہ بعد یہ اخبار تمام و کمال نسخ ٹائپ میں چھپنے لگا - اس کے بعد لیتھو کی طرف لوٹ آیا - پھر جزوی طور پر ٹائپ کی طباعت شروع کی لیکن نامعلوم وجوہ کی بنا پر اسے بھی ترک کر دیا -

اس دوران میں کتابوں کی طباعت میں ٹائپ کا رواج بڑھ گیا - مجلس ترقی ادب ، بزم اقبال ، ادارۂ ثقافت اسلامیہ ، مرکزی اردو بورڈ ، مغربی پاکستان اردو اکیڈیمی اور پنجابی ادبی اکیڈیمی نے اپنی زیادہ تر کتابیں نسخ میں چھاپیں - چونکہ نسخ رسم الخط پر سب سے بڑا یہ اعتراض کیا

جاتا ہے کہ اسے پڑھنے میں دقت ہوتی ہے اس لیے محکمہ تعلیم نے بچوں کو اس سے مانوس کرنے کے لیے درسی کتابوں کے آخری چند صفحے نسخ ٹائپ میں دینے شروع کر دیے۔

لاہور کے روز نامے اور ٹائپ : لاہور کے روز ناموں نے بھی نسخ ٹائپ اختیار کرنے کی تھوڑی سی کوشش کی۔ مثلاً "امروز" نے کچھ عرصہ ریڈیو پروگرام نسخ ٹائپ میں دیے۔ "نوائے وقت" نے کچھ ایڈیشن ٹائپ میں چھاپے اور ایک دفعہ درمیانی دو صفحے (ادارتی صفحہ اور اس کی پشت) نسخ ٹائپ میں چھاپ کر اپنے قارئین سے دریافت کیا کہ آیا ان کی رائے میں اردو صحافت میں ٹائپ کو رواج دینا چاہیے۔ اگر جواب اثبات میں ہو تو آیا اسے فوراً رائج کر دیا جائے یا بہ تدریج، یا قارئین اس بات کے قائل ہیں کہ اردو اخبار بدستور لیتھو طریق طباعت کے مطابق چھپتے رہیں۔ اس سوالنامے کے کل تین ہزار چار سو تراسی جواب آئے جن کی چھان پھٹک اور رائے شماری اور رپورٹ مرتب کرنے کا کام میرے سپرد ہوا۔ اب نتائج ملاحظہ فرمائیے :

نسخ ٹائپ کے حق میں	۲۴۶۳
لیتھو کے حق میں	۹۸۲
جن کا عندیہ معلوم نہ ہوسکا	۳۸
میزان	۳۴۸۳

گویا غالب اکثریت نسخ ٹائپ کے حق میں تھی۔ البتہ ٹائپ کے حامیوں میں صرف دو سو ستر افراد اسے فوراً رواج دینا چاہتے تھے اور دو ہزار ایک سو ترانوے اشخاص اسے بہ تدریج رواج دینے کے حامی تھے۔

احتیاط کی ضرورت : سچ پوچھیے تو اردو زبان کی ترقی کے لیے ضروری ہے کہ نسخ رسم‌الخط اختیار کر لیا جائے اور نسخ ٹائپ میں طباعت کو رواج دیا جائے۔ آج کی ترقی یافتہ دنیا میں صرف اردو زبان ہی ہے جس کے اخباروں اور کتابوں کی طباعت ہاتھ سے کتابت کرکے کی جاتی ہے اور ظاہر ہے یہ ترقی کی نشانی تو نہیں ہے۔ لیکن اگر نسخ کو اختیار کرنا ہے تو

ہمیں اس بات کی احتیاط کرنی چاہیے کہ جو قدم بڑھایا جائے وہ سچ مچ ترقی کی طرف بڑھے۔ ایسا نہ ہو کہ ہم اپنے ذہن میں ترقی کا قدم سوچ رہے ہوں اور عملاً پیچھے کی طرف ہٹ رہے ہوں۔ ہمیں چاہیے کہ طباعت کے میدان میں جدید طریقوں کو اپنائیں۔

اب ٹائپ کمپوزنگ کو ہی لیجیے۔ اُبھرے ہوئے اور سکے میں ڈھلے ہوئے ٹائپ کی کمپوزنگ کے دو طریقے ہوتے ہیں۔ ایک دستی، دوسرا مشینی۔ دستی کمپوزنگ کو انگریزی میں ہینڈ کمپوزنگ کہتے ہیں یعنی کمپوزیٹر ایک ایک حرف اور ایک ایک جوڑ ترتیب کے ساتھ لگاتا ہے۔ ڈھلے ڈھلائے حروف اس کے پاس پہلے سے موجود ہوتے ہیں۔

مشینی کمپوزنگ کا اُصول یہ ہے کہ ٹائپ رائٹر سے ملتی جلتی مشینوں پر کمپوزیٹر کام کرتے ہیں۔ یہ مشینیں گرم سیال سکے میں سے قطرے چن کر مطلوبہ حروف کی شکل میں ڈھالتی ہیں۔ اس اُصول کے مطابق دنیا میں آج کل مختلف اقسام کی مشینیں رائج ہیں۔ ان میں بس اتنا فرق ہوتا ہے کہ مونو ٹائپ مشین ایک ایک حرف الگ الگ ڈھالتی ہے۔ لائنو ٹائپ مشین میں ایسا انتظام ہوتا ہے کہ کالم کی چوڑائی کے مطابق الفاظ کی پوری پوری سطریں ڈھل کر نکلتی آتی ہیں اور بعد میں اخبار یا کتاب ''لیٹر پریس'' کے طریقے کے مطابق چھپتی ہے۔

اگر ہم نے نسخ خط کو رواج دینے کے لیے یہ طریقہ اختیار کیا تو یوں سمجھیے کہ ہم نے ترقی کی طرف قدم نہیں بڑھایا بلکہ پیچھے کی طرف ہٹے ہیں۔

کیونکہ اگرچہ دنیا کے بے شمار اخبار اس طریقے کے مطابق چھپتے ہیں لیکن کمپوزنگ کا اس سے بھی بہتر طریقہ ایجاد ہو چکا ہے جو دنیا بھر کے نئے اخبار تو اختیار کر سکتے ہیں اور کر رہے ہیں لیکن پرانے اخبار خواہش کے باوجود اختیار نہیں کر سکتے کیونکہ اس سے لاکھوں پاؤنڈ کی وہ مشینری بیکار ہو جائے گی جو اُن کے ہاں نصب ہے اور بک بھی نہیں سکتی۔ کیونکہ

جب نیا اور بہتر طریقہ رائج ہے تو کون اخبار پرانے اور فرسودہ طریقے کو پسند کرے گا ؟

عکسی کمپوزنگ : یہ نیا طریقہ عکسی کمپوزنگ (فوٹو کمپوزنگ) اور آف سیٹ کا ہے ۔ اس میں ٹائپ کو سکے کی مدد سے نہیں ڈھالا جاتا ، نہ اس میں ٹائپ کے حروف اُبھرے ہوتے ہیں ۔ اس میں عکسی عمل سے کمپوزنگ ہوتی ہے اور اس کے بعد آف سیٹ کے طریق طباعت کے مطابق اسے چھاپ لیا جاتا ہے ۔ عکسی عمل میں خبروں اور مضامین کا متن ٹائپ میں آتا ہے اور سرخیوں اور عنوانوں کے لیے دوسرا طریقہ ہوتا ہے اور اس طریقے کے مطابق ہر زبان کے اخبار چھاپے جا سکتے ہیں بلکہ اندازہ کیا گیا ہے کہ انگریزی اخباروں کی طباعت اگر فوٹو کمپوزنگ اور آف سیٹ کے مطابق ہو تو اخراجات میں تیس سے چالیس فی‌صدی تک کمی ہو جاتی ہے ۔

ہمارے ملک میں اُردو صحافت لیتھو سے یک جست آف سیٹ پر آ کر حقیقت میں ترقی کا ایسا مرحلہ طے کر چکی ہے کہ درمیانی مرحلے (لیٹرپریس کا طریقہ طباعت) کی مشکلات کا سامنا کرنا ہی نہیں پڑا ۔ اگر نسخ ٹائپ کے اختیار کرنے سے کچھ لوگوں کی مراد یہ ہے کہ ہم اُبھرے اور ڈھلے ہوئے حروف کی کمپوزنگ اور لیٹر پریس کا طریق طباعت اختیار کر لیں تو اس کا مطلب یہ ہوگا کہ ہم نے جو ترقی کی ہے اُسے ملیا میٹ کر دیں اور جس طریق طباعت کو اس کی خرابیوں کی وجہ سے دنیا بھر میں ترک کیا جا رہا ہے اسے اختیار کر کے اس کی ساری خرابیوں کے شکار ہو جائیں اور ترقی کے راستے خود اپنے ہاتھوں سے مسدود کر دیں ۔

فوٹو کمپوزنگ سے سستا طریقہ : یہ ہماری خوش نصیبی ہے کہ میدان صحافت کے چند نمایاں کھلاڑیوں کے عزم و حوصلہ اور جرأت کی بدولت ہم نے وہ طریق طباعت (آف سیٹ) اختیار کر لیا ہے جو آج کا جدید ترین طریقہ ہے اور پاکستان کے اخباری چھاپہ خانوں میں جو ستر اسی لاکھ روپے کی آف سیٹ کی مشینیں نصب ہیں اُن سے ہم طباعت کو بہتر بنانے کے لیے اور بھی فائدہ اُٹھا سکتے ہیں ۔ نسخ ٹائپ کو اس طریق طباعت میں نہایت خوب صورتی سے رائج کیا جا سکتا ہے بلکہ

ابتدائی مرحلے میں ہمارے لیے یہ بھی ضروری نہیں کہ عکسی کمپوزنگ کی بیش قیمت مشینیں نصب کریں ۔ ہم اس سے بھی سستا طریقہ اختیار کر سکتے ہیں ۔ مثلاً ہم نسخ خط کے ٹائپ رائٹروں پر خبروں اور مضامین کا متن ٹائپ کرکے اس کا ''پازیٹو'' بنا کر آف سیٹ میں استعمال کر سکتے ہیں ۔ عام ٹائپ رائٹروں میں ایک دقت ہو گی کہ مختلف حروف پر انگلیوں کا دباؤ غیر مساوی ہونے کی وجہ سے کچھ حروف نسبتا زیادہ روشن ہوں گے ۔ اس کا علاج آسان ہے کہ عام ٹائپ رائٹروں کی جگہ آئی ۔ بی ۔ ایم کے برقی ٹائپ رائٹر استعمال کیے جائیں ۔ ان سے انگلیوں کا دباؤ مساوی ہو گا اور حروف یکساں طور پر روشن ہوں گے اور حروف کی شکل و صورت اور نوک پلک میں تنوع درکار ہو تو اس کا سامان بھی مہیا ہو سکتا ہے ۔ امریکہ میں ایسے ٹائپ رائٹر بنائے گئے ہیں جن پر ''فونٹ'' بدل بدل کر ایک سو مختلف اقسام کے حروف ٹائپ ہو سکتے ہیں ۔ ٹائپ رائٹروں کے استعمال سے ایک بڑا فائدہ یہ ہو گا کہ کام جلد ہو گا اور ٹائپسٹوں کی تعداد کاتبوں کے مقابلے میں بہت کم ہو گی ۔ آف سیٹ کے لیے کتابت میں جو کاغذ اور روشنائی استعمال ہوتی ہے اس کی وجہ سے کاتب کی کارکردگی میں بہت کمی ہو جاتی ہے ۔ ہر کاتب دن بھر میں سوا کالم کے لگ بھگ لکھتا ہے ۔ اس کے مقابلے پر ایک ٹائپسٹ دن بھر میں پانچ کالم کا مواد آسانی سے ٹائپ کر سکتا ہے ۔ گویا چار کاتبوں کا کام ایک ٹائپسٹ کر سکتا ہے ۔ اس سے اخبار کی پروڈکشن کے اخراجات میں کمی ہو گی ۔

اُبھرے ہوئے حروف کی طباعت یعنی لیٹر پریس کے طریق کار میں یہ بہت بڑی کمی رہ جاتی ہے کہ سرخیوں میں تنوع اور حسن پیدا نہیں ہو سکتا ۔ آف سیٹ کے طریق طباعت میں نہ صرف یہ کمی باقی نہیں رہتی بلکہ زیادہ حسن اور تنوع پیدا ہو سکتا ہے ۔ کیونکہ کاتبوں میں جو حضرات خوش نویس کی حیثیت رکھتے ہیں ان سے ساری سرخیاں ، ڈسپلے کا دوسرا مواد ، چوکھٹے ، خبروں کے ابتدائیے اور تعارفیے اور خبروں اور مضامین کے متن کے اہم حصے نستعلیق میں لکھوائے جا سکتے ہیں اور

اس میں فن خوش نویسی کی تمام باریکیاں بروئے کار لائی جا سکتی ہیں۔ اس طرح میک اپ بہتر ہو جائے گا۔ اخباروں میں میک اپ سیکشن قائم ہوں گے اور وہ میک اپ میں زیادہ حسن پیدا کر سکیں گے۔

نسخ کے فائدے: لیٹر پریس کے طریق طباعت میں تصاویر، کارٹونوں اور نقشوں اور ڈسپلے کے تصویری خاکوں کے بلاک بنوانے پڑتے ہیں اور اس میں اتنا وقت لگتا ہے کہ بسا اوقات دیر سے آنے والی خبر کی تصویر نہیں آ سکتی۔ آف سیٹ کے طریق طباعت میں بلاکوں کا جھنجھٹ بھی باقی نہیں رہتا اور ہر قسم کی تصویر، کارٹون، نقشہ وغیرہ پازیٹو بنا کر دیا جا سکتا ہے۔

مختصر طور پر فوٹو کمپوزنگ یا ٹائپ رائٹر کے ذریعے سے کتابت اور آف سیٹ کے طریق طباعت کے فوائد یہ ہوں گے:

۱- نسخ رسم الخط آسانی سے تیار کیا جا سکتا ہے۔
۲- لیٹر پریس کے مقابلے پر اس کی لاگت کم ہوگی۔
۳- کاتبوں کی جگہ ٹائپسٹ مقرر کرنے سے اخراجات میں کمی ہوگی۔
۴- سرخیوں کا تنوع اور حسن بڑھے گا۔ میک اپ سیکشن قائم ہوں گے۔
۵- جو کاتب بیکار ہوں گے ان میں سمجھ دار افراد ٹائپ سیکھ کر پھر برسر روزگار ہو سکیں گے۔
۶- خوش نویسی کے فن کو تقویت حاصل ہو گی کیونکہ ہر اخبار اعلیٰ درجے کے چند خوش نویس مقرر کرنے پر مجبور ہو گا۔

اس طریق طباعت میں اُردو اخبارات انگریزی معاصرین کے مقابلے میں زیادہ تازہ اور آخری وقت پر آنے والی زیادہ سے زیادہ خبریں دے سکیں گے اور ہماری صحافت عربی اور فارسی زبان کے اعلیٰ اور ترقی یافتہ اخباروں سے بھی آگے بڑھ جائے گی کیونکہ وہ ابھی تک لیٹر پریس کے چکر میں ہیں۔

نسخ سے مانوس کرنے کا مسئلہ: یہ حقیقت ہے کہ نسخ رسم الخط سے لوگ عام طور پر مانوس نہیں ہیں اور جب تک لوگ مانوس نہ ہوں، بات نہیں بن سکتی۔ اس سلسلے میں دو قسم کی تجاویز ہیں۔ ایک آئندہ

نسل کے لیے اور ایک موجودہ نسل کے لیے ۔ جہاں تک آئندہ نسل کا تعلق ہے اس کا بہترین طریقہ یہ ہے کہ حکومت ایک قانون کے ذریعے سے فیصلہ کردے کہ مغربی پاکستان کے صوبے میں تمام درسی کتابیں ، مددگار کتابیں اور خلاصے نسخ میں چھاپے جائیں ۔ کیونکہ نئی نسل کو اگر بچپن ہی سے عادت ڈال دی جائے تو اس کے بعد اُسے نسخ سے کسی قسم کی وحشت نہیں ہو گی ۔ ممکن ہے بعض طبائع پر قانونی کارروائی اصولاً گراں گذرے لیکن تاریخ شاہد ہے کہ جب کسی ملک نے کوئی بڑا قدم اُٹھایا قانون ہی کا سہارا لے کر اُٹھایا ۔ ترکیہ میں کمال اتاترک نے ایک خاص تاریخ مقرر کی اور حکم دیا کہ اس کے بعد سارے اخبار اور سارے رسالے اور کتابیں رومن رسم الخط میں چھپیں گے اور تمام دفتری اور سرکاری کارروائی بھی اسی رسم الخط میں ہو گی ۔ مشکلات تو پیش آئیں لیکن رسم الخط بدل گیا ۔ انڈونیشیا میں تعلیمی اور سرکاری اجتماعی زندگی میں ڈچ زبان کو ایسی ہی سرداری نصیب تھی، جیسی ہمارے ہاں انگریزی کو تھی لیکن وہاں۔ڈاکٹر سوکارنو کا آمرانہ حکم آڑے آیا اور آناً فاناً ڈچ زبان کی سرداری ختم ہو گئی اور انڈونیشیا کی قومی زبان کے سر پر تاج رکھ دیا گیا ۔ ہمارے ہاں مسئلہ اگرچہ بڑا نہیں لیکن یہاں بھی قانون ہی مدد دے گا ورنہ ہم بدستور لکیر کے فقیر بنے رہیں گے اور جس طرح گذشتہ ایک سو سال اس تگ و دو میں گذرے اسی طرح سو سال اور گذر جائیں گے ۔

اب سوال یہ ہے کہ موجودہ نسل کو نسخ سے مانوس کرنے کے لیے کیا کیا جائے۔ ظاہر ہے یہ کام بہ تدریج ہو گا لیکن اس کی کوئی حد ہونی چاہیے ۔ مثلاً حکومت تین سال کا وقت دے کہ اس عرصے کے اندر اندر اخبارات اور دوسری مطبوعات کاملاً نسخ رسم الخط اختیار کر لیں۔ اور اخبارات سب سے پہلے اپنا دس فی صدی متن نسخ میں دیں ۔ اس کے بعد آہستہ آہستہ اس کا تناسب بڑھاتے چلے جائیں ، تاکہ تین سال تک یہ صورت پیدا ہو جائے کہ تمام مضامین اور خبروں کا متن نسخ میں دیا جائے اور صرف سرخیاں ، ابتدائیے اور تعارفی پیرے اور متن کے اندر اہم حصے نستعلیق میں رہیں ۔ اس طرح ہم ایک طرف نسخ اختیار کر لیں گے اور

دوسری طرف استعلیق رسم الخط سے وابستگی کی روایت کو بھی ایک احسن انداز میں قائم رکھیں گے ۔

حکومت کا تعاون : اس سلسلے میں حکومت ان امور میں مدد دے سکتی ہے :

۱ ۔ مختلف قسم کے ٹائپ رائٹروں میں نسخ کے کلیدی بورڈوں میں حروف کی ترتیب مختلف ہے ۔ اس کمزوری کو رفع کرنے کے لیے واحد کلیدی بورڈ رائج کیا جائے ۔ جیسے انگریزی کا ایک ہی کلیدی بورڈ دنیا بھر میں رائج ہے ۔

۲ ۔ نسخ رسم الخط کے اجرا سے کچھ فنی مسائل ابھریں گے ۔ ان کو حل کرنے کے لیے ایک کمیٹی مقرر کی جائے جس کی رکنیت کا معیار محض قابلیت اور اس فن میں مہارت ہو ۔ اس میں صحافت ، چھاپہ خانہ اور پبلشنگ کے اداروں کے نمائندے لیے جائیں ۔

۳ ۔ مشینری کی درآمد کے لائسنس فراخ دلی سے دے دیے جائیں ۔

۴ ۔ میکانکی کمپوزنگ کے مختلف طریقوں ، بالخصوص فوٹو کمپوزنگ کے بارے میں تحقیق جاری رکھنے کے لیے ریسرچ یونٹ قائم کیے جائیں ۔

ترجمے کا دھندا

اُردو صحافت کا ایک اور میکانکی پہلو اس کی ترقی میں بری طرح حائل ہے اور وہ ہے ترجمے کا دھندا ۔ مشرق وسطی اور شمالی افریقہ کے سارے عرب ممالک میں ملکی اور غیر ملکی خبررساں ایجنسیاں ٹیلی پرنٹر پر اپنی خبریں اخبارات کو عربی زبان میں مہیا کرتی ہیں ۔ اگرچہ رائٹر برطانوی خبررساں ایجنسی ہے ، تاس روسی ایجنسی ہے ، ایسوشی ایٹڈ پریس آف امریکہ اور یونائیٹڈ پریس انٹرنیشنل امریکی ادارے ہیں اور اژانس فرانس پریس فرانسیسی ادارہ ہے لیکن یہ سب جس ملک میں اخباروں کو اپنی سروس دیتے ہیں ، اس ملک کی زبان میں دیتے ہیں ۔ لیکن برعظیم پاک و ہند کا باوا آدم نرالا ہے ۔ یہاں خبررساں ایجنسی ملکی ہو یا غیر ملکی ، اخباروں کو انگریزی میں

خبریں مہیا کرتی ہے - ہمارے ہاں اُردو اخبار میں ہر کارکن صحافی کے لیے ضروری ہے کہ وہ مترجم بھی ہو اور صحافی بھی - ہر اخبار کے دفتر میں ایک ہی قسم کی خبروں کا الگ الگ ترجمہ ہوتا ہے - اس سے ایک تو قومی صلاحیتوں کا ضیاع ہوتا ہے دوسرے ہمارے کارکن صحافی ترجمے میں اتنے مصروف رہتے ہیں کہ خبر کی ادارت پر زیادہ توجہ نہیں دے سکتے - اگر ہمارے اُردو اخباروں کو تمام خبریں اُردو میں ملیں تو :

اول : کارکن صحافیوں کی تعداد پہلے سے کم ہو جائے گی -

دوم : ہمارے کارکن صحافی خبر کی ادارت پر تمام توجہ مرتکز کر سکیں گے -

اُردو صحافت کے اس روگ کا علاج آسان ہے - ہمارے دو بڑی قومی خبررساں ایجنسیاں ہیں - بڑی بڑی غیر ملکی ایجنسیاں ابھی سے ملحق ہیں - اگر یہ اپنے مرکزی اور علاقائی دفاتر میں مشاق اور چابکدست مترجم مقرر کر لیں جو ملکی اور غیر ملکی ، دونوں قسم کی خبروں کا اُردو ترجمہ کر دیا کریں اور اخبارات کے دفاتر میں اُردو ٹیلی پرنٹر نصب ہو جائیں ، تو سارا مسئلہ حل ہو سکتا ہے - ایجنسیوں پر دو قسم کے مالی بوجھ پڑیں گے :

اول : مترجموں کی تنخواہ - یہ خرچ اس طرح پورا ہو سکتا ہے کہ اُردو اخباروں سے ترجمہ کے لیے سروس کی قیمت پر ایک سر چارج مقرر کر دیا جائے -

دوم : اس وقت ہر ایجنسی ایک ہی سرکٹ لائن کی مدد سے ایک شہر سے دوسرے شہر میں خبریں پہنچاتی ہے - اس کے بعد سرکٹ لائینیں دو ہوں گی - ایک انگریزی اخباروں کے لیے اور ایک اُردو اخباروں کے لیے - اس کا فالتو خرچ خصوصی سرکاری گرانٹ سے پورا ہو سکتا ہے -

ایسوشی ایٹڈ پریس نے ۱۹۶۶ء کے آغاز میں کچھ اُردو ٹیلی پرنٹر خریدے تھے - تاکہ محدود پیمانے پر اُردو میں خبریں دی جاسکیں لیکن یہ کام بڑے پیمانے پر ، اور دونوں ایجنسیوں کو کرنا چاہیے -

خلاصہ

اگر اُردو صحافت کو ترقی کرنا ہے تو کتابت کے جھنجھٹ سے نکلنا ہو گا اور نسخ رسم الخط اختیار کرنا ہو گا لیکن اس کا مطلب یہ نہیں کہ لیٹر پریس کا طریق طباعت اختیار کیا جائے۔ طریق طباعت آف سیٹ ہو۔ متن کے لیے فوٹو کمپوزنگ یا برقی ٹائپ رائٹروں سے کام لیا جائے۔ سرخیوں، ابتدائیوں اور متن کے اہم حصوں کے لیے نستعلیق رسم الخط کو باقی رکھا جائے تاکہ میک اپ خوبصورت ہو سکے۔
تمام خبر رساں ایجنسیاں اپنی خبریں اُردو اخباروں کو اُردو میں مہیا کریں تو اُردو صحافت کے کارکن اپنی تمام تر مساعی حسن ادارت میں اضافے پر مرتکز کر سکیں گے۔

سوالات

۱۔ نسخ رسم الخط کو رواج دینے کے لیے جو ابتدائی کوششیں ہوئیں اُن کا جائزہ لیجیے۔
۲۔ نسخ رسم الخط کو رائج کرنے میں لیٹر پریس طریق طباعت سے کیا قباحتیں پیدا ہوں گی؟
۳۔ آف سیٹ طریقہ طباعت میں نسخ رسم الخط رائج کرنے کا طریقہ کیا ہو سکتا ہے۔ اور اس کے کیا فائدے ہوں گے؟
۴۔ فن خوش نویسی کو برقرار رکھنے کے لیے کیا کرنا چاہیے؟
۵۔ اُردو اخباروں کو اس بات سے کیا نقصان پہنچتا ہے کہ خبر رساں ادارے اُنھیں انگریزی میں خبریں مہیا کرتے ہیں؟

ریڈیائی صحافت

آج سے چالیس پنتالیس سال پہلے کوئی شخص تصور بھی نہیں کر سکتا تھا کہ ریڈیو ایک نئی قسم کی صحافت کو جنم دے گا جو بہت جلد ایک نہایت اہم مقام حاصل کر لے گی۔ ۱۹۳۰ء تک یہ حالت تھی کہ امریکہ کے ریڈیو سٹیشنوں میں خبروں کا بلیٹن مرتب کرنے کے لیے کوئی الگ شعبہ موجود نہیں تھا۔ بس یوں ہوتا، کہ اعلانچی دو چار اخبار سامنے رکھتا اور اُن میں سے چیدہ چیدہ خبریں سنا دیتا۔ بہرحال چند سالوں کے اندر اندر نہ صرف امریکہ، بلکہ دنیا کے بے شمار ملکوں میں ریڈیائی صحافت کروڑوں سامعین کی خبری ضروریات کو پورا کرنے لگی۔ اشتراکیت، جمہوریت اور فسطائیت میں عقیدے کی جو جنگ چھڑی اس سے ریڈیائی صحافت کا دائرہ اور بھی وسیع ہؤا اور دوسری عالمی جنگ کے دوران میں ریڈیو نفسیاتی جنگ کا نہایت اہم حربہ بن گیا۔

برعظیم پاک و ہند میں پہلے بمبئی، کلکتہ اور لاہور میں چھوٹے چھوٹے ریڈیو سٹیشن بنے۔ دوسری عالمی جنگ سے ایک سال قبل ''آل انڈیا ریڈیو'' مستحکم انداز میں قائم ہؤا۔ یہیں سے خبروں کی نشریات شروع ہوئیں۔ اور جب ۱۹۴۷ء میں پاکستان بنا تو ریڈیو پاکستان معرض وجود میں آ گیا۔

ریڈیائی خبروں کے ذرائع

اخباری صحافت اور ریڈیائی صحافت کے ذرائع خبر رسانی تقریباً ایک سے ہیں۔ جس طرح اخبار خبررساں اداروں کی سروس لیتے ہیں، ملکی اور غیر ملکی اطلاعاتی محکموں کے مواد سے فائدہ اُٹھاتے ہیں اور ان پر مستزاد اپنے خصوصی نامہ نگاروں کی فراہم کردہ خبریں چھاپتے ہیں، اُسی طرح ریڈیو کو بھی تمام ذرائع خبررسانی تک دسترس حاصل ہے۔ مختلف بڑے

شہروں میں ریڈیائی نامہ نگار مقرر ہوتے ہیں جو خاص دلچسپی کی خبریں مہیا کرتے ہیں - یہی کیفیت ریڈیو پاکستان کی ہے - یہ اپنے نامہ نگاروں سے ٹیلی پرنٹر کے ذریعے سے رابطہ قائم رکھتا ہے - ٹیلی فون اور دوسرے تلغرافی ذرائع سے بھی کام لیتا ہے۔

ان سب ذرائع کے علاوہ ریڈیو کا ایک اور ذریعہ بھی ہے - اسے Monitoring Section کہا جاتا ہے - اس شعبے کا کام یہ ہے کہ دنیا بھر کے اہم ریڈیو سٹیشنوں کے خبرنامے سنے جائیں - اور اُن سے اپنے سامعین کی دلچسپی کی خبریں اخذ کر لی جائیں - ہر خبرنامہ دو کارکن بیک وقت سنتے ہیں اور اپنی اپنی جگہ اہم خبریں ٹائپ کرتے جاتے ہیں - دونوں کی ٹائپ شدہ کاپیاں نیوز روم میں پہنچتی ہیں اور اُن کا مقابلہ اور موازنہ کرکے ایک رپورٹ مرتب کر لی جاتی ہے -

ریڈیو پاکستان کی خبری تنظیم

ریڈیو پاکستان کی خبری تنظیم کا مرکز کراچی میں ہے - جہاں سے ہر چوبیس گھنٹے کے دوران میں اندرون ملک اور بیرون ملک کے لیے سولہ زبانوں میں پچپن خبرنامے نشر ہوتے ہیں - اس تنظیم کے اجزائے ترکیبی یہ ہیں :

۱ - عمومی نیوز روم : جہاں بنیادی خبرنامے ترتیب پاتے ہیں ، بالخصوص انگریزی زبان کے خبرنامے - خبررساں ایجنسیوں کے ٹیلی پرنٹر اور ریڈیو پاکستان کے اپنے ریڈیائی اور عمومی ٹیلی پرنٹر بھی یہیں موجود ہوتے ہیں -

۲ - قومی اور علاقائی زبانوں کا نیوز روم : یہاں اُردو ، بنگالی ، پشتو ، گجراتی وغیرہ کے خبرنامے مرتب کیے جاتے ہیں -

۳ - مشرق قریب کا نیوز روم : مشرق قریب کے سامعین کے لیے مختلف زبانوں میں جو خبرنامے نشر ہوتے ہیں وہ یہیں تیار کئے جاتے ہیں -

۴ - مشرق بعید کا نیوز روم : مشرق بعید کے ممالک کے سامعین کے لیے مختلف زبانوں میں خبرنامے یہاں مرتب ہوتے ہیں -

۵ - مانیٹرنگ کا شعبہ (Monitorine Section) : اس شعبے کا کام یہ ہے کہ دنیا بھر کے اہم ریڈیو سٹیشنوں کے خبرنامے سنے اور اُن سے اہم خبریں اخذ کر لے -

٦ - علاقائی نیوز یونٹ : مرکزی تنظیم کے ماتحت ان شہروں میں علاقائی نیوز یونٹ قائم ہیں :

مشرقی پاکستان : ڈھاکہ ، چٹاگانگ ، راج شاہی ، سلہٹ ، کھلنا -

مغربی پاکستان : لاہور ، پشاور ، راولپنڈی ، کوئٹہ ، حیدرآباد -

راولپنڈی میں دو یونٹ ہیں ، ایک علاقائی نیوز یونٹ اور دوسرا ''رپورٹنگ ڈیسک''- موخرالذکر صرف مرکزی حکومت کی خبروں کی فراہمی کے لیے وقف ہے -

نظام کار

ہر نیوز یونٹ دو قسم کے فرائض سرانجام دیتا ہے :

اول - مقامی خبروں کے بلیٹن کی ترتیب - دیہاتیوں اور فوجیوں کے لیے خبر نامے -

دوم - اپنے علاقے کی خبروں کی فراہمی -

جو خبریں فراہم ہوتی ہیں وہ ہر یونٹ اپنے ٹیلی پرنٹر پر براہ راست کراچی کو بھیجتا ہے - مشرقی پاکستان میں صورت قدرے مختلف ہے - ڈھاکہ اور کراچی کے درمیان ریڈیائی ٹیلی پرنٹر کے ذریعے سے رابطہ قائم ہے - مختلف علاقائی یونٹ کچھ خبریں ڈھاکہ کے توسط سے کراچی بھیجتے ہیں اور کچھ براہ راست -

مرکزی تنظیم میں جنرل نیوز روم اہم ترین شعبہ ہے جہاں صبح تین بجے کام شروع ہوتا ہے اور رات کے بارہ بجے تک جاری رہتا ہے - گویا یہ شعبہ ہر چوبیس گھنٹے میں اکیس گھنٹے مصروف رہتا ہے اور اس دوران میں ادارتی عملہ تین شفٹوں میں تقسیم ہو کر کام کرتا ہے - جنرل نیوز روم میں خبروں کا انبار لگا ہوتا ہے - ان میں ایک طرف وہ خبریں ہوتی ہیں جو مختلف قومی اور بین الاقوامی خبر رساں اداروں اور حکومت پاکستان کے محکمہ اطلاعات اور غیر ملکی سفارتی انفرمیشن سروسوں نے مہیا کی ہوتی ہیں ، دوسرے ریڈیو پاکستان کے اپنے ایک درجن نیوز یونٹوں کی فراہم کردہ خبریں ہوتی

ہیں - ان کے علاوہ مانیٹرنگ سیکشن کی منتخب خبریں بھی اسی نیوز روم میں پہنچتی ہیں - خبروں کے اس انبار سے چند اہم ترین خبریں منتخب کر لی جاتی ہیں - ان کے پورے مطالعہ کے بعد ایڈیٹر حضرات سٹینوگرافروں کو خبریں اسی روپ میں لکھاتے ہیں جن میں وہ نشر ہوتی ہیں - جوں جوں صفحات ٹائپ ہوتے جاتے ہیں اُنھیں قومی زبانوں کے نیوز روم میں بھیجا جاتا ہے تاکہ بنگالی ، اُردو اور پشتو میں ترجمہ کیا جائے - اُردو کا خبر نامہ تقریباً انگریزی خبرنامے سے ملتا جلتا ہے یہ الگ بات ہے کہ اس میں کچھ خبریں تلخیص کر دی جاتی ہیں - پشتو اور بنگالی خبرناموں میں خاصی تبدیلیاں ہوتی ہیں تاکہ جو خبریں ان زبانوں کے بولنے والوں کے لیے خصوصی دلچسپی کی حامل ہیں اُنھیں تفصیل سے دیا جائے اور جو کم اہمیت کی ہیں اُنھیں حذف کر دیا جائے یا مختصر طور پر دیا جائے -

جب خبر نامے مرتب ہو جاتے ہیں تو وہ ڈائرکٹر نیوز کو سنائے جاتے ہیں - اگر کوئی اہم خبر آجائے تو عین وقت پر بھی خبر نامے میں تبدیلی کر دی جاتی ہے -

مشرق قریب اور مشرق بعید کے نیوز روم برمی ، عربی ، ایرانی فارسی ، افغان فارسی اور دوسری کئی زبانوں میں ایسے خبرنامے مرتب کرتے ہیں جن میں چوبیس گھنٹوں کی خبروں کا ایک راؤنڈ آپ دیا جاتا ہے - نصف شب کے فوراً بعد آخری خبر نامہ عربی میں نشر ہوتا ہے اس کے بعد سارے نیوز روم تین گھنٹے کے لیے خاموش ہو جاتے ہیں - صبح تین بجے پھر کام کا آغاز ہو جاتا ہے -

ریڈیائی صحافت کی مشکلات

ریڈیائی صحافت کی تکنیک سمجھنے کے لیے ضروری ہے کہ پہلے اُن مشکلات کا جائزہ لیا جائے جو ریڈیائی صحافت ہی سے تعلق رکھتی ہیں اور جن سے اخباری صحافت آزاد ہے -

— انگریزی زبان کے روزنامے بارہ بلکہ سولہ صفحات بھی دیتے ہیں - اُردو اخبارات اوسطاً دس صفحے پر مشتمل ہوتے ہیں ان میں تقریباً ساٹھ ستر ہزار الفاظ پر مشتمل مواد دیا جا سکتا ہے اس کے مقابلے پر بڑے سے

بڑا ریڈیائی خبر نامہ پندرہ منٹ سے زیادہ نہیں ہوتا ۔ اس مختصر وقت میں ڈہائی ہزار کے قریب الفاظ سنائے جا سکتے ہیں ۔گویا ریڈیو مجبور ہے کہ دنیا بھر کی تمام اہم خبریں اس طرح یکجا کرے کہ وہ کسی اخبار کے ڈھائی تین کالموں میں سما جائیں اس مشکل کو حل کرنے کے لیے دو تدابیر اختیار کی جاتی ہیں :

اول : خبروں کے انتخاب کا بہت کڑا معیار

دوم : تلخیص

— اخبار قارئین کی توجہ مبذول کرانے کے لیے ''میک اپ'' کے تمام ذرائع بروئے کار لا سکتا ہے ۔ بڑی اور چھوٹی سرخیاں ، چوکھٹے ، تعارفی پیرے ، اہم حصوں کی جلی الفاظ میں پیش کش ، تصاویر، نقشے، چارٹ ، گراف ، — ان سب سے خبروں کی کشش بڑھ جاتی ہے ۔ ریڈیو ان نفاستوں کی پیشکش سے عاجز ہے اس میں زیادہ سے زیادہ یہ تدابیر اختیار کی جا سکتی ہیں :

اول : ابتدا میں سرخیوں کی یکجائی

دوم : تعارفی پیرے ۔

— اخبار کا تعلق آنکھ سے ہے ریڈیو کا کان سے ۔ اگر اخبار میں کسی خبر کی پوری سمجھ نہ آئے تو اُسے دوبارہ پڑھا جا سکتا ہے ۔ ریڈیو میں یہ ممکن نہیں ۔ اس لیے ریڈیائی خبر نامے میں اِن باتوں کا خیال رکھا جاتا ہے :

اول ۔ تحریر میں غیر معمولی سلجھاؤ

دوم ۔ تفاصیل سے گریز

سوم : تفصیلی اعداد و شمار کی پیشکش سے اجتناب

اخبار سامنے پڑا ہوتا ہے۔ اگر صبح کو فرصت نہیں تو دوپہر کو پڑھا جا سکتا ہے ۔ یہ ناممکن ہو تو سہ پہر ، شام یا رات کے وقت زیر مطالعہ لایا جا سکتا ہے ۔ گویا قارئین کو یہ سہولت حاصل ہے کہ وہ جس وقت مناسب سمجھیں اسے پڑھ لیں ۔ پھر یہ بھی ہے کہ اخبار کہیں بھی بیٹھ کر پڑھا جا سکتا ہے ۔ اس کے مقابلے پر ریڈیو کی خبروں کا وقت مقرر ہے ۔ اگر کسی

شخص کو اسوقت کوئی ضروری کام ہو تو وہ خبروں سے محروم ہو جاتا ہے۔ دستی ٹرانسسٹر اس مشکل کو کسی قدر حل کرتا ہے۔ لیکن کتنے لوگ ہیں جو ٹرانسسٹر ساتھ اُٹھائے پھرتے ہیں ؟ ریڈیائی صحافت اس مسئلے کو حل کرنے سے عاجز ہے۔ یہ درست ہے کہ اُن میں چار بار خبریں نشر ہوتی ہیں لیکن اس کے باوجود اخبار والی آسانی پیدا نہیں ہوسکتی۔

— اگر اچانک کوئی ایسی بڑی خبر آ جائے جس کا پس منظر دینا ضروری ہو تو جہاں اخبار کے پاس زیادہ وقت ہوتا ہے جس کے دوران میں معلومات فراہم کی جا سکتی ہیں وہاں ریڈیو کو بہت کم وقت میں پس منظر مہیا کرنا ہوتا ہے۔

— اخبار ہر قسم کی خبریں چھاپ سکتے ہیں۔ جنس و جرم اور حادثات کی خبروں کو رنگ آمیزی سے دلچسپ بناتے ہیں ، سنسنی خیز انداز میں خبریں دے کر زیادہ لوگوں کی توجہ کھینچ سکتے ہیں۔ کھیلوں کی مفصل خبریں دے سکتے ہیں۔ ریڈیائی صحافت نہ ایسی خبریں دے سکتی ہے نہ سنسنی خیزی کر سکتی ہے۔ اخبار سیاسی مناقشات اور ملک کے اندر سیاسی بحران کی خبریں دے سکتے ہیں۔ ریڈیائی صحافت کے لیے یہ بھی ممکن نہیں۔

(ریاستہائے متحدہ امریکہ اور بعض دوسرے ممالک میں ریڈیو محض تجارتی ادارہ ہے اور جس کے پاس سرمایہ ہو وہ ریڈیو سٹیشن قائم کرسکتا ہے۔ اس لیے وہاں ریڈیائی خبر ناموں کا دائرہ بہت وسیع ہے۔ باقی دنیا میں بشمول پاکستان ریڈیو حکومت کی ملکیت میں ہے اس لیے ریڈیائی صحافت کو ایک تو غیر جانبدار رہنا پڑتا ہے دوسرے اسے جرائم وغیرہ کی خبروں اور سنسنی خیزی سے گریز کرنا پڑتا ہے)

— اخبار پڑھنے والے کم از کم خواندہ تو ہوتے ہیں۔ ریڈیو کے سامعین میں نیم پڑھے لکھے اور ان پڑھ لوگ بھی ہوتے ہیں اور پڑھے لکھے بھی ، اس لیے ریڈیائی خبر نامے کی ترتیب میں ایک طرف یہ خیال رکھنا پڑتا ہے کہ اسے ان پڑھ لوگ بھی سمجھ سکیں اور دوسری طرف لامحالہ

یہ بھی ایک اہم فریضہ ہے کہ معلومات کی صحت کا معیار بلند ہو آبادی کے سارے طبقات کے لیے یکساں طور پر قابل فہم خبر نامے کی ترتیب میں جو فنی مشکلات ہیں اُن کا آسانی سے اندازہ کیا جا سکتا ہے ۔

ریڈیائی صحافت کے مخصوص تقاضے

یہ بات روز روشن کی طرح عیاں ہے کہ ریڈیائی صحافت اخبار کا نعم البدل کبھی نہیں ہو سکتی کیونکہ

اول : کڑے انتخاب کی وجہ سے ریڈیو صرف خاص خاص خبریں دے سکتا ہے

دوم : وقت کی کمی کے باعث خاص خاص خبروں کے بھی محض نمایاں نقوش پیش کیے جا سکتے ہیں

سوم : ان خبروں کے سننے سے سامعین کو یہ اطمینان نہیں ہوتا کہ انھوں نے پوری معلومات حاصل کر لیں ۔

چہارم : اس لیے اخبار سے بے نیاز ہونے کی بجائے مزید حقائق کے لیے سامعین کی پیاس بڑھتی ہے اور بڑی بڑی خبروں کے نمایاں نقوش معلوم کرنے کے باوجود وہ دوسرے روز صبح کے وقت بڑی بے تابی سے اخبار کا انتظار کرتے ہیں ۔

پنجم : خبروں کا بے پناہ تنوع بھی اخبار کی ضرورت کو برقرار رکھتا ہے ۔

اب ہم ریڈیائی تحریر کے مخصوص تقاضوں کی طرف آتے ہیں جن میں زبان کی سادگی اور سلاست کو سرفہرست مقام حاصل ہے ۔ یہ تقاضا اخباری صحافت کا بھی ہے لیکن ریڈیو میں اس کی ضرورت زیادہ ہے ۔ اس کے لیے ان باتوں کا خیال رکھا جاتا ہے :

۱ ۔ حتی الوسع فقرے چھوٹے ہوں ۔ البتہ جہاں کسی واقعے کی جزئیات بیان کرنی ہوں وہاں کبھی کبھی طویل فقرہ بھی دیا جا سکتا ہے ۔ بشرطیکہ اس میں الجھاؤ نہ پیدا ہو ۔

۲ ۔ مشکل الفاظ کی جگہ آسان الفاظ استعمال کیے جائیں ۔

۳ - اصطلاحات سے جہاں تک ہو سکے پرہیز کیا جائے۔

۴ - چھوٹے اعداد بجسنہ دیے جائیں لیکن بہت بڑی رقوم کے اعداد دینے سے گریز کیا جائے۔ مثلاً اگر یہ بتانا ہو کہ فلاں منصوبے پر ایک کروڑ سات لاکھ ستر ہزار آٹھ سو روپے لاگت آئے گی تو بہتر یہی ہے کہ سیدھے سادھے انداز میں کہہ دیا جائے کہ فلاں منصوبے پر ایک کروڑ روپے سے زیادہ لاگت آئے گی۔

۵ - کوئی طویل اقتباس نہ دیا جائے اس لیے کہ سامع کے ذہن میں اُلجھن پیدا ہوتی ہے کہ یہ بات کون کہہ رہا ہے۔ بیان دینے والا یا خبریں پڑھنے والا ؟ جہاں طویل اقتباس ضروری ہوں وہاں انھیں چھوٹے چھوٹے حصوں میں بانٹ دینا چاہیے اور وقتاً فوقتاً حوالہ دیتے رہنا چاہیے۔ اخباری صحافت میں ایسا کرنا ضروری نہیں بلکہ اصل اقتباسات دینا مستحسن ہے، لیکن اس میں ایسا ممکن ہے کیونکہ ہر پیراگراف کے شروع میں واوین دیے جا سکتے ہیں۔ ریڈیائی خبر نامے میں کوئی ایسی گنجائش نہیں۔

ریڈیائی تحریر کا ایک اور اہم تقاضا یہ ہے کہ اس میں اتنی روانی ہو کہ پڑھتے وقت لفظوں کے خلط ملط ہونے کا اندیشہ نہ ہو۔ کوئی رکاوٹ پیش نہ آئے اور سننے والے کی طبیعت پر بھی یہ گراں نہ گزرے۔ اس کے لیے ضروری ہے کہ ریڈیائی تحریر ایسے عیوب سے پاک ہو جو یوں تو ہر قسم کی نثر میں عیوب ہی سمجھے جاتے ہیں لیکن بولتے وقت زیادہ نمایاں ہو جاتے ہیں۔ ان عیوب میں تکرار الفاظ، عیب تنافر، تعقید لفظی اور حروف ابتدائی کی زیادہ تکرار شامل ہیں۔ مثالیں ملاحظہ ہوں :

تکرار الفاظ

(غلط) ''اس وقت انقلابی کونسل کے ارکان کے ناموں کے اعلان کی ضرورت محسوس نہیں کی جاتی۔''

(صحیح) ''اس وقت ضروری نہیں کہ انقلابی کونسل کے ارکان کا اعلان کیا جائے۔''

(یہاں صرف 'کے' اور 'کا' رہ گئے اور تکرار دور ہو گئی)

عیب تنافر : دو ساتھ ساتھ آنے والے لفظوں میں جو پہلے لفظ کا حرف آخر ہو ، اگر وہی دوسرے لفظ کا حرف اول بھی ہو تو ادا کرنے میں چونکہ ایک قسم کی ناگواری محسوس ہوتی ہے اس لیے عیب میں داخل ہے ۔ اس عیب کو تنافر کہتے ہیں ۔

مثال ملاحظہ ہو :

(غلط) ''گھنگھور گھٹاؤں سے آسمان سیاہ ہوگیا ۔''

(صحیح) ''گھنگھور گھٹاؤں سے آسمان تاریک ہو گیا ۔''

تعقید لفظی : اس کا مطلب ہے ، فقرے میں کسی حرف یا لفظ کو اس کے صحیح مقام سے ہٹا کر ایسی جگہ لکھنا جو سماعت پر گراں ہو ۔ مثلاً

(غلط) ''شیر شاہ سوری جو صرف پانچ سال حکومت کر سکا نے رفاہ عام کے بڑے بڑے کام انجام دیے ۔''

(صحیح) ''شیر شاہ سوری نے جو صرف پانچ سال حکومت کرسکا رفاہ عام کے بڑے بڑے کام انجام دیے ۔''

ریڈیو پر نشر کرنا ہو تو اس میں مزید سلجھاؤ پیدا ہو سکتا ہے :

''شیر شاہ سوری صرف پانچ سال حکومت
کر سکا لیکن اُس نے رفاہ عام کے بڑے بڑے
کام انجام دیے ۔''

ایک اور مثال ملاحظہ ہو :

(غلط) ''زید ایک ٹوٹے پھوٹے گاؤں کے مکان میں رہتا ہے ۔''

(صحیح) ''زید گاؤں کے ایک ٹوٹے پھوٹے مکان میں رہتا ہے ۔''

تکرار حروف ابتدائی : اگر ساتھ ساتھ یا تقریباً ساتھ ساتھ آنے والے لفظوں کے پہلے حروف ایک ہی ہوں تو اس میں خاص مضائقہ نہیں بلکہ کبھی کبھی اس سے عبارت میں حسن بھی پیدا ہو جاتا ہے ۔ لیکن اگر حروف ابتدائی کی تکرار زیادہ ہو جائے تو فقرے کے ادا ہونے میں مشکل پیش آتی ہے ۔ مثلاً یہ فقرہ خود ہی باآواز بلند بول کر دیکھ لیجیے :

''مصنوعی سیاروں کی صورت سچ مچ کے
سیاروں سے ملتی ہے ''

خبر کا ڈھانچہ : اب ہم خبر کے ڈھانچے پر آتے ہیں ۔ اخباری صحافت میں اکثر یہ ضروری سمجھا جاتا ہے کہ تعارفی جملے (انٹرو) میں ان تمام سوالوں کے جواب آ جائیں :

کون ، کیا ، کب ، کہاں ، کیوں اور کیسے ؟

ریڈیو میں اگر یہ تکنیک برتی جائے تو سامع سمجھنے سے قاصر ہوگا ۔ اس لیے ان سوالات کے جواب کو دو یا تین چھوٹے چھوٹے فقروں میں تقسیم کر دیا جاتا ہے ۔ باقی عبارت اُسی اُلٹے تکونی انداز میں لکھی جاتی ہے جو اخباری صحافت کا خاصہ ہے ۔

اخباری صحافت میں بعض اوقات کسی شخصیت کے بیان کا کوئی اہم حصہ واوین میں دے کر انکشاف کیا جاتا ہے کہ یہ بیان فلاں شخصیت کا ہے جو اُس نے فلاں موقعہ پر دیا ۔ ریڈیائی صحافت میں پہلے نام آتا ہے اور پھر اقتباس ۔

سرخیاں : ریڈیائی خبر نامے کی ابتدا میں تمام خبروں کا خلاصہ ایک ایک دو دو فقروں میں دیا جاتا ہے اور یہی خلاصہ سرخیوں کا کام دیتا ہے اور اگر وقت ہو تو اس کو خبر نامے کے آخر میں دہرا دیا جاتا ہے تاکہ جن سامعین نے پہلا حصہ نہیں سنا وہ کم از کم خلاصے سے آگاہ ہو جائیں ۔ بہرحال دنیا کے بعض ریڈیو سٹیشنوں کا یہ دستور بھی ہے کہ وہ ہر خبر سے پہلے اُس کی سرخی دیتے ہیں ۔

تاریخ اور مقام : اخباروں میں ہر خبر کی ابتدا میں پہلے اُس شہر کا نام دیا جاتا ہے جہاں سے خبر آئی اور پھر تاریخ دی جاتی ہے ۔ ریڈیو میں عام طور پر ایسا کوئی دستور نہیں ۔ بعض ریڈیو سٹیشن ہر خبر سے پہلے شہر کا نام دیتے ہیں لیکن ان کی تعداد بہت کم ہے ۔ ریڈیو پاکستان اور بڑے بڑے ممالک کے دوسرے ریڈیو سٹیشنوں سے جو خبر نامے نشر ہوتے ہیں اُن میں صرف اس وقت شہر کا نام دیا جاتا ہے جب ضروری سمجھا جائے ۔

یہ نہیں کہا جاتا کہ

”لاہور سے خبر آئی ہے کہ......“

کیونکہ جب لاہور کے سامعین سنتے ہیں تو اُن کے اور ریڈیو پاکستان کے درمیان ُبعد کا احساس پیدا ہوتا ہے ۔ اس کی جگہ کہا جاتا ہے کہ

"ہمارے لاہور کے نمائندے نے اطلاع دی ہے کہ......"

ریڈیائی صحافت کی دوسری قسمیں

ریڈیائی صحافت صرف اہم خبروں کی نشریات تک محدود نہیں اس کی کچھ اور قسمیں بھی ہیں ۔ مثلاً

— اہم تقریبات ریلے کی جاتی ہیں
— صدر پاکستان اور گورنروں کی ماہانہ تقاریر نشر کی جاتی ہیں ۔
— کھیلوں کا آنکھوں دیکھا حال سنایا جاتا ہے ۔
— کھیلوں کے بڑے مقابلوں پر رواں تبصرہ ہوتا ہے جس سے سامعین کو احساس ہوتا ہے کہ وہ ان مقابلوں کے تماشائی ہیں ۔
— حالات حاضرہ پر تبصرے نشر ہوتے ہیں ۔
— ترقیاتی منصوبوں پر فیچر نشر کیے جاتے ہیں ۔
— پارلیمانی کارروائی کا روزانہ خلاصہ الگ فیچر کے طور پر پیش کیا جاتا ہے ۔
— ریڈیو نیوز ریل کے ذریعے سے شخصیتوں سے انٹرویو کیے جاتے ہیں ۔ اور بعض تقاریب کے حصے ریکارڈ کر کے سنائے جاتے ہیں ۔

خلاصہ

ریڈیائی صحافت کی عمر چالیس پینتالیس سال سے زیادہ نہیں ۔

ریڈیائی خبروں کے ذرائع میں خبر رساں اداروں ، اطلاعاتی اداروں اور اپنے نمائندوں کے علاوہ غیر ملکی ریڈیو سٹیشنوں کی نشریات بھی شامل ہوتی ہیں ۔

ریڈیو پاکستان کی مرکزی خبری تنظیم کراچی میں ہے اور دونوں صوبوں میں دس نیوز یونٹ قائم ہیں ۔ کراچی سے ہر چوبیس گھنٹے میں اندرون ملک اور بیرون ملک کے لیے سولہ زبانوں میں پچپن خبر نامے نشر ہوتے ہیں ۔

ریڈیائی صحافت کی مشکلات یہ ہیں : کم از کم وقت میں زیادہ سے

زیادہ خبریں دینا ، میک اپ کی سہولتوں کی عدم موجودگی ، خبری نشریات کے مقررہ اوقات ، سیاسی مناقشات اور سیاسی بحران اور جنس و جرائم کی خبریں نہیں دی جا سکتیں ۔ آبادی کے سارے طبقات کے لیے یکساں طور پر قابل فہم خبر ناموں کی ترتیب ۔

ریڈیائی صحافت اخبار کا نعم البدل نہیں بن سکتی ۔

ریڈیائی صحافت کے مخصوص تقاضے یہ ہیں : زبان کی سادگی اور سلاست ، کڑا انتخاب ، تلخیص ، ریڈیائی تحریر میں روانی ضروری ہے جس کے لیے تکرار الفاظ ، تنافر ، تعقید لفظی اور تکرار حروف ابتدائی کے عیوب سے پرہیز لازمی ہے ۔

سرخیوں کی جگہ خبروں کا خلاصہ دیا جاتا ہے ۔ تعارفی جملہ دو تین فقروں میں تقسیم کرنا ہوتا ہے ۔

ریڈیائی صحافت کی دوسری اقسام یہ ہیں : تقریبات کا ریلے ، کھیل کے مقابلوں پر رواں تبصرے ، اہم تقاریر ، ترقیاتی منصوبوں اور پارلیمانی کارروائی پر فیچر اور ریڈیو نیوز ریل ۔

سوالات

۱ - ریڈیائی خبروں کے ذرائع بیان کیجیے ۔

۲ - ریڈیو پاکستان کی مرکزی خبری تنظیم اور نظام کار کا مفصل حال تحریر میں لائیے۔

۳ - ریڈیائی صحافت کی مخصوص مشکلات کیا کیا ہیں ؟

۴ - " ریڈیائی صحافت اخبار کا نعم البدل نہیں بن سکتی " ۔ تبصرہ کیجیے

۵ - ریڈیائی صحافت کے مخصوص تقاضے قلمبند کیجیے ۔

۶ - اخباری خبر اور ریڈیائی خبر کے ڈھانچے میں اختلاف واضح کیجیے۔

۷ - ریڈیائی صحافت کی دوسری اقسام کون کون سی ہیں ؟

ٹیلی ویژن صحافت

ریڈیو کا تعلق صرف کان سے ہے - ٹیلی ویژن کا تعلق کان اور آنکھ دونوں سے ہے - دید و شنید کی یکجائی نے ٹیلی ویژن صحافت کو تکنیکی طور پر ریڈیائی صحافت سے کہیں زیادہ مشکل بنا دیا ہے - لیکن اس کے ساتھ ہی یہ فائدہ ہے کہ ٹیلی ویژن صحافت زیادہ مؤثر ہے کیونکہ وہ تماشائیوں کو یہ احساس دلاتی ہے کہ دنیا بھر میں جو واقعات ہو رہے ہیں وہ ان میں حصہ لے رہے ہیں اور طرہ یہ کہ گھر بیٹھے حصہ لے رہے ہیں -

اچھے سے اچھے ٹیلی ویژن ٹرانس مٹر کا پروگرام تین سو میل سے زیادہ دور نہیں دیکھا جا سکتا۔ اس لیے ترقی یافتہ ملکوں میں ''ریلے سٹیشن'' بھی قائم کیے جاتے ہیں تاکہ ملک کے ہر حصے میں پروگرام دیکھا جا سکے - یورپ کے ملکوں نے ایک اور اہتمام کر رکھا ہے وہاں ایک خاص پروگرام یورو ویژن (Euorvision) کے نام سے مشہور ہے - اس میں تمام یورپی ممالک حصہ لیتے ہیں - نتیجہ یہ ہوتا ہے کہ پیرس میں بیٹھ کر لندن امسٹرڈم ، برسلز ، بون ، برلن ، برن بلکہ ماسکو تک کے واقعات کا مشاہدہ کیا جا سکتا ہے -

ایک براعظم کا پروگرام دوسرے براعظم میں دیکھنا ممکن نہیں تھا کیوں کہ بیچ میں سمندر حائل تھا اور سمندر پر ریلے سٹیشن قائم نہیں کیے جا سکتے - چونکہ زمین گول ہے اور ٹیلی ویژن گولائی کے اُس پار اپنا پروگرام نہیں پہنچا سکتا اس لیے سائنس دان اس کوشش میں رہے ، کہ کوئی ایسی صورت ہو جس سے بین براعظمی پروگرام نشر ہو سکیں - خلا میں مصنوعی سیاروں کی پرواز نے اس مشکل کو بھی حل کر دیا اور امریکی سیارہ Telstar سے کچھ ایسے کامیاب تجربے کیے گئے جن سے بین براعظمی پروگرام نشر کرنے ممکن ہو گئے ہیں - اس کا تکنیکی پہلو یہ

ہے کہ امریکہ کا ٹیلی ویژن پروگرام پہلے ''ٹل سٹار،، کو نشر کیا جاتا ہے پھر ''ٹل سٹار،، اسے یورپ میں ''ریلے،، کر دیتا ہے - جس وقت یہ تکنیک تکمیل تک پہنچی ، ٹیلی ویژن صحافت اپنے درجۂ کمال تک پہنچ جائے گی -

ہم بتا چکے ہیں کہ ٹیلی ویژن کا تعلق دید و شنید دونوں سے ہے - جہاں تک شنید کا تعلق ہے ٹیلی ویژن صحافت ریڈیائی صحافت سے زیادہ مختلف نہیں - کیونکہ خبروں کے ماخذ ایک ہی ہیں - تحریر میں تلخیص اور زیادہ سے زیادہ الجھاؤ بھی اقدار مشترک کی حیثیت رکھتے ہیں لیکن کچھ باتیں مختلف بھی ہیں - مثلاً

۱- جہاں تک بہت اہم خبروں کا تعلق ہے اُن میں تصویری امکانات ہوں یا نہ ہوں اُنھیں ضرور نشر کیا جاتا ہے -

۲- اس کے بعد ٹیلی ویژن کے لیے خبروں کا انتخاب اس نقطۂ نگاہ سے کیا جاتا ہے کہ اس میں تصویری امکانات کس حد تک موجود ہیں -

۳- ٹیلی ویژن پر جو شخص خبریں پڑھتا ہے اس کی شخصیت پرکشش ہونی چاہیے تاکہ تماشائی ''بور،، نہ ہوں -

۴- ٹیلی ویژن پر خبریں پڑھنے کا انداز باہمی گفتگو کا سا ہونا چاہیے کیونکہ اس میں ایسا تاثر پیدا کرنے کی سعی کی جاتی ہے کہ کوئی شخص آپ کے گھر میں بے تکلفی کے ساتھ آپ کو دنیا بھر کے حالات سے مطلع کر رہا ہے -

۵- جب پڑھنے کا انداز گفتگو کا سا ہونا لازمی ہے تو ظاہر ہے جو ٹیلی ویژن صحافی خبرنامہ مرتب کرے گا اُس کا اسلوب تحریر بے ساختہ ہونا چاہیے -

بہر حال ٹیلی ویژن صحافت کا بنیادی تقاضا یہ ہے کہ تصویری امکانات سے زیادہ سے زیادہ فائدہ اُٹھایا جائے -

تصویری امکانات

تصویری امکانات سے فائدہ اُٹھانے میں ٹیلی ویژن صحافت اور اخباری صحافت میں کچھ قدریں مشترک ہیں - مثلاً جب اخبار میں خبر چھپتی ہے

کہ کشمیر کے انقلاب پسندوں نے سری نگر کے قریب فلاں جگہ بھارتی فوج کے ایک اڈے پر چھاپہ مارا تو ساتھ ہی ایک نقشہ دے دیا جاتا ہے۔ جب یہ خبر آتی ہے کہ صدر جانسن نے ویت نام کے خلاف لڑنے کے لیے پچاس ہزار مزید فوج بھیجی ہے تو خبر کے ساتھ صدر جانسن کی تصویر دے دی جاتی ہے۔ جب یہ خبر پہنچتی ہے کہ تیسرے پنجسالہ منصوبے کے دوران میں پاکستان کی قومی آمدن میں اتنا اضافہ ہوگا، زرعی پیداوار اتنی بڑھے گی اور یہ نئی صنعتیں چالو ہوں گی، تو اچھے اور اعلیٰ معیار کے اخبار ان حقائق کو گراف اور چارٹ کے روپ میں پیش کرتے ہیں تاکہ کم پڑھے لکھے لوگ محض دیکھ کر ہی آنے والی ترقی کا اندازہ کر سکیں۔ یہ سب کچھ ٹیلی ویژن پر بھی ہوتا ہے لیکن زیادہ موثر انداز میں، کیونکہ خبریں پڑھنے والا نقشے کے مطلوبہ مقامات پر انگلی رکھ کر سمجھاتا ہے اور بسا اوقات گراف اور چارٹ تصویری ہوتے ہیں اور تصویری علامتوں کے ذریعے سے ساری بات سمجھا دی جاتی ہے۔ اخبار کسی تقریب یا واقعے کی صرف ایک آدھ تصویر دے سکتے ہیں۔ ٹیلی ویژن پر نہ صرف تصویر دے دی جاتی ہے بلکہ اُس تقریب کی ایک چھوٹی سی چلتی پھرتی فلم بھی دی جاتی ہے اور یوں تماشائی محسوس کرتا ہے کہ وہ بھی تقریب میں شامل ہے۔

خبریں دو قسم کی ہوتی ہیں۔ ایک متوقع خبریں، دوسری غیر متوقع خبریں۔ اول الذکر کی تصویری پیشکش آسان ہوتی ہے کیونکہ تقریب کی فلم لی جا سکتی ہے لیکن مؤخرالذکر کے لیے ذرا مشکل پیش آتی ہے۔

جن ملکوں میں ٹیلی ویژن نے زیادہ ترقی کی ہے وہاں بڑے بڑے متوقع واقعات کی فلم بندی میں بڑے اہتمام سے کام لیا جاتا ہے۔ مثلاً ہر سال پیرس سے برسلز تک سائیکلوں کی دوڑ ہوتی ہے۔ برسلز کے ٹیلی ویژن سٹیشن کا کیمرہ مین پہلے پیرس جاتا ہے۔ سائیکلوں کے پیچھے پیچھے جانے والے ٹرک میں سوار ہو کر پونے دو سو میل سفر کے دوران میں چند شاٹ لیتا ہے۔ جب برسلز چالیس میل دور رہ جاتا ہے تو مانز کے

مقام پر فلمیں خاص ہوائی جہاز میں برسلز بھیجی جاتی ہیں ۔ چونکہ ائر پورٹ شہر سے دور ہے اور تاخیر کا اندیشہ ہوتا ہے اس لیے ہوائی جہاز سے فلم کا پیکٹ ٹیلی ویژن سٹیشن کے قریب نیچے پھینکا جاتا ہے ۔ یہ تقریباً ایک میل کے فاصلے پر گرتا ہے ۔ وہاں سے تیز رفتار کار پیکٹ لے کر سیٹیشن پہنچتی ہے ۔ فلم کی فوری طور پر دھلائی ہوتی ہے اور شام کو اُدھر سائیکل سوار برسلز میں داخل ہوتے ہیں اُدھر ٹیلی ویژن پر دوڑ کی تصویری پیشکش نشر ہو جاتی ہے ۔ اس طرح جہاں اخبار دوسرے دن خبر دیتے ہیں اور وہ بھی صرف ایک آدھ تصویر کے ساتھ ، ٹیلی ویژن اُسی دن ساری خبر ڈرامائی انداز سے دے دیتا ہے ۔

فلمی پیشکش کا تاثر تحریر سے کہیں زیادہ ہوتا ہے ۔ لاہور ٹیلی ویژن سیٹشن نے واہگہ کے مقام پر معرکۂ رن کچھ کے بھارتی اور پاکستانی جنگی قیدیوں کا تبادلہ جس رنگ میں پیش کیا اخبارات اس کا عشر عشیر بھی نہ دے سکے ۔

حادثات بہرحال غیر متوقع ہوتے ہیں ۔ اکثر یہ ممکن نہیں ہوتا کہ کسی جلتی ہوئی اہم عمارت کی تصویر دی جائے ۔ کیونکہ جتنی دیر میں کیمرہ مین پہنچتے ہیں آگ ، بجھ چکی ہوتی ہے ۔ ایسے میں ٹیلی ویژن پر یہ عناصر پیش کیے جاتے ہیں :

اْ ۔ عمارت کی اصلی تصویر

ب ۔ جلی ہوئی عمارت کے کھنڈروں کی تصویر

ج ۔ آگ بجھانے والے کسی کارکن کا انٹرویو

غرض کوشش کی جائے تو تصویری امکانات سے فائدہ اُٹھایا جا سکتا ہے ۔

بین الاقوامی خبروں کی پیشکش میں تصویری امکانات تو بہت ہوتے ہیں ، لیکن فوری طور پر ساکن تصاویر اور نقشوں یا چارٹوں سے کام لے لیا جاتا ہے ۔ بعض بین الاقوامی خبریں مستقل طور پر اہمیت کی حامل رہتی ہیں ۔ مثلاً ویت نام کے ہنگامے یا دنیا کے دوسرے ایسے مقامات ، جہاں آئے دن کچھ نہ کچھ ہوتا رہتا ہے ۔ ان کی تصاویر یا فلمیں دیر سے بھی دی

جا سکتی ہیں - ایسی تصاویر اور فلمیں مہیا کرنے کے لیے بعض ادارے موجود ہیں جو خبر رساں اداروں کی طرح کام کرتے ہیں اور اپنا مواد اپنے گاہکوں کو معاوضے پر مسلسل بھیجتے رہتے ہیں - یہ فلمیں بہت چھوٹی ہوتی ہیں ، دس ، بیس یا تیس سیکنڈ کی -

بہر حال کسی ٹیلی ویژن سٹیشن کی اصلی کارکردگی کا اندازہ اس بات سے کیا جاتا ہے کہ وہ قومی خبروں کی تصویری پیشکش میں کس پھرتی سے کام لیتا ہے - پہلے کیمرہ مین فلم لیتا ہے پھر سٹوڈیو میں آتا ہے - چالیس پچاس منٹ دھلائی میں صرف ہو جاتے ہیں - اس کے بعد ایڈیٹر کو یہ فلم دکھائی جاتی ہے - وہ اس میں کاٹ چھانٹ کرتا ہے ، کچھ حصے حذف کیے جاتے ہیں - کچھ حصوں کی اکھاڑ پچھاڑ کی جاتی ہے - اس کے بعد مطلوبہ مواد مطلوبہ سائز کے مطابق جوڑا جاتا ہے اور پھر نہایت مختصر مؤثر فلم دکھائی جاتی ہے -

خبر نامہ تحریر کرنے والے شخص کو تمام فلمیں اور تصویریں دکھائی جاتی ہیں تا کہ وہ خبروں کو اس انداز میں لکھے کہ ادھر پڑھنے والا خبریں پڑھے اور ادھر بیچ میں نہایت بے ساختگی سے تصویریں اور فلمیں آتی چلی جائیں اور یوں تماشائی کے سامنے دنیا کے حالات کا ایک چلتا پھرتا نقشہ آ جائے -

ٹیلی ویژن صحافت کی دوسری قسمیں

ٹیلی ویژن صحافت خبروں کی پیش کش تک محدود نہیں ریڈیائی صحافت کی طرح اس میں اور بھی چیزیں شامل ہیں - مثلاً :

حالات حاضرہ پر تبصرہ : قومی اور بین الاقوامی مسائل پر تبصرہ تقریر کے انداز میں ہوتا ہے ، لیکن اس میں خیال رکھا جاتا ہے کہ

۱ - تقریر زبانی ہو ، پڑھ کر نہ سنائی جائے

۲ - یہ با تصویر ہو کیونکہ سپاٹ تقریر بور کرتی ہے

۳ - اس میں مسائل کو واضح کرنے کے لیے نقشوں ، چارٹوں اور گرافوں سے مدد لی جائے

۴ - یہ پروگرام مختلف لوگوں سے کرائے جائیں ، ایک شخص سے مسلسل بات چیت کرائی جائے تو لوگ تنگ آ جاتے ہیں

رپور تاژ : مقامی اور قومی تقریبات کے دلچسپ پہلوؤں کی فلم بندی کر لی جاتی ہے اور انھیں مناسب طور پر ایڈٹ کر کے یوں پیش کیا جاتا ہے کہ پس منظر میں کمنٹری ہوتی ہے اور ٹیلی ویژن پر واقعات دکھائے جاتے ہیں - اس کے لیے ضروری ہے کہ کمنٹری میں ایک ڈرامائی انداز ہو اور وہ فلم کے ساتھ ساتھ چلے - یہ نہ ہو کہ کمنٹری اور فلم میں ہم آہنگی کا فقدان ہو ، اس میں کچھ کہا جائے اور فلم میں مختلف حصہ دکھایا جائے -

ٹیلی ویژن میگزین : اس میں رنگا رنگ پروگرام دکھایا جاتا ہے - ایک آدھ چھوٹا سا کھیل ، ایک آدھ نظم اور دو تین چھوٹی چھوٹی تقریریں شامل ہوتی ہیں -

سائنس میگزین : اس میں سائنس کے گھمبیر اور تکنیکی امور کو نہیں لایا جاتا - پاپولر سائنس یا عام فہم سائنس کی معلومات ہلکے پھلکے انداز میں اور زیادہ تر انٹرویو کے روپ میں پیش کی جاتی ہیں - مقصود یہ ہوتا ہے کہ جو لوگ سائنس میں درک نہیں رکھتے وہ اس کے بارے میں ضروری معلومات حاصل کر لیں - یہ معلومات جہاں تک ممکن ہوتا ہے تصویر اور فلم کے روپ میں پیش ہوتی ہیں -

انٹرویو : باہر سے آنے والے سیاحوں اور بڑی بڑی شخصیتوں کے علاوہ مقامی شخصیتوں سے اُن کے تاثرات معلوم کرنے کے لیے انٹرویو لیے جاتے ہیں - اس قسم کے پروگرام کی کامیابی کا بہت کچھ انحصار اس بات پر ہوتا ہے کہ انٹرویو کرنے والا کتنا چابک دست ہے کیونکہ وہ دلچسپ سوال کر سکتا ہے اور ایسی صورت پیدا کر سکتا ہے کہ جس سے انٹرویو کیا جائے وہ غیر متعلقہ باتیں نہ کرے اور اصل موضوع سے گریز کا مرتکب نہ ہو :

معلومات عامہ کا امتحان : دنیا بھر کے ٹیلی ویژن سٹیشن اپنے تماشائیوں کی معلومات میں اضافے کے لیے ''کشمکش'' اور ''آپ کی فرمائش'' قسم کے پروگرام نشر کرتے ہیں - ان سے ایک تو تفریح ہو جاتی ہے ، دوسرے معلومات میں اضافہ ہو جاتا ہے ، تیسرے زیادہ سے زیادہ تماشائی ٹیلی ویژن سٹیشن سے رابطہ پیدا کر لیتے ہیں -

ٹیلی ویژن پروگرام کی اقسام کا کوئی انت نہیں - موسیقی ، رقص ، ڈراما اور تھیٹر اس کے اہم اجزا ہیں لیکن ہم نے ان کا ذکر اس لیے نہیں کیا کہ یہ صحافت سے تعلق نہیں رکھتے -

اس ساری بحث سے ہم اس نتیجے پر پہنچتے ہیں کہ ٹیلی ویژن صحافت میں کام کرنے کے لیے ایک تو وہ تمام اوصاف ضروری ہیں جو ایک عام صحافی میں ہونے چاہییں اور ان کے علاوہ یہ اوصاف بھی درکار ہیں :

الف - اس کی تحریر میں بے ساختہ پن موجود ہو ' جس سے خبر میں یا دوسرا مواد پڑھتے وقت یہ محسوس ہو کہ تماشایوں سے گفتگو ہو رہی ہے -

ب - اس میں تصویری امکانات کے استعمال کی شدید حس ضروری ہے تاکہ کوئی ایسا پہلو باقی نہ رہے جس میں تصویری امکانات موجود ہوں اور انہیں بروئے کار نہ لایا گیا ہو -

ج - جن لوگوں کا منصب یہ ہو کہ وہ ٹیلی ویژن پر خبریں پڑھیں یا انٹرویو کریں ، اُن کا چہرہ شخصیت کا حامل ہونا چاہیے اور اُن کی آواز ایسی ہو جو کانوں کو بھلی لگے -

ٹیلی ویژن کے خبر ناموں میں بنیادی عناصر ، خبروں کا صحیح انتخاب ، اُن کی بے ساختہ اور رواں تحریر اور مناسب ایڈیٹنگ ہی ہیں اور آج تک دنیا کے کسی ٹیلی ویژن سٹیشن نے ایسی جرأت نہیں کی کہ الفاظ کے بغیر ہی محض فلم کے ذریعے سے خبریں پیش کر دی جائیں - چونکہ تحریری خبر نامے کو اب بھی بنیادی حیثیت حاصل ہے اس لیے عام صحافی تھوڑی سی تربیت کے بعد ٹیلی ویژن صحافت میں کامیاب ہو سکتے ہیں -

خلاصہ

ٹیلی ویژن صحافت کا تعلق کان اور آنکھ دونوں سے ہے - کچھ باتیں ریڈیائی صحافت سے مشترک ہیں - کچھ قدریں اخباری صحافت سے ملتی ہیں لیکن جہاں تک تصویری امکانات سے پورا پورا فائدہ اُٹھانے کا تعلق ہے یہ صرف ٹیلی ویژن صحافت ہی میں ممکن ہے - اس کے لیے ساکن تصویریں،

نقشے،چارٹ ،گراف اور چھوٹی چھوٹی فلمیں استعمال کی جاتی ہیں - بین الاقوامی واقعات کی تصاویر اور مختصر فلمیں خاص ادارے مہیا کرتے ہیں -

سوالات

۱ - دید و شنید کی یکجائی نے ٹیلی ویژن صحافت کو مشکل بنا دیا ہے ، تشریح کیجیے -

۲ - ٹیلی ویژن صحافت ، ریڈیائی صحافت اور اخباری صحافت میں کون کون سی چیزیں مشترک ہیں اور کون سی مختلف -

۳ - تصویری امکانات سے پورا پورا فائدہ اُٹھانے سے کیا مراد ہے ؟

۴ - ٹیلی ویژن صحافت کی مختلف اقسام بیان کیجیے -

تعلقات عامہ

ہر شخص شعوری یا غیر شعوری طور پر دوسرے کو متاثر کرنا چاہتا ہے - وہ اپنی خوبیاں اُجاگر کرتا ہے اور اپنے آس پاس رہنے والوں کی خیر سگالی کا آرزو مند ہے - وہ اس ٹوہ میں رہتا ہے کہ لوگ اُس کے بارے میں کیا سوچتے ہیں اور اگر یہ محسوس کرتا ہے کہ اُس کے کردار کے بعض پہلو ناپسندیدہ ہیں تو ان کی اصلاح کے لیے سعی کرتا ہے -دوسروں کو متاثر کرنے کی کوشش ، اپنی خوبیوں کا اظہار ، اپنے کردار کے ناپسندیدہ پہلوؤں کی اصلاح اور معاشرے کی خیر سگالی کی آرزو — یہی وہ عناصر ہیں جن سے تعلقات عامہ عبارت ہے -

یہ دور تعلقات عامہ کا دور ہے - حکومتیں ہوں یا نیم سرکاری ادارے ، سیاسی جماعتیں ہوں یا معاشری مجالس ، یونیورسٹیاں ہوں یا تجارتی اور صنعتی ادارے ، غرض کوئی بھی منظم گروہ یا ادارہ ہو اُس کی مسلسل کوشش یہی ہوتی ہے کہ وہ رائے عامہ کو اپنے حق میں ہموار کرے کیونکہ اس کے بغیر کسی ادارے کا چلنا محال ہے - تعلقات عامہ نے ایک باقاعدہ فن کا روپ لے لیا ہے - امریکہ میں یہ معراج کمال پر ہے - یورپ میں بھی اس کا اثر ہمہ گیر ہے اور افریشیائی دنیا میں یہ فن روز بروز ترقی پذیر ہے -

تعلقات عامہ کا طریق کار سہ رخی ہے لیکن ایک دوسرے سے مربوط ہے - ہر ادارے کا شعبۂ تعلقات عامہ چاہتا ہے کہ

اول : لوگوں کو بتائے کہ یہ ادارہ کیا کچھ کر رہا ہے

دوم : ادارے یا اُس کی سرگرمیوں کے حق میں رائے عامہ منظم کرے

سوم : بعض پہلوؤں پر عوامی رد عمل کا جائزہ لے اور اس سے ادارے کے ارباب بست و کشاد کو باخبر کرے -

حکومتیں کتنی ہی مستحکم کیوں نہ ہوں اُن کی بقا کا دارومدار عوام کی

رضا پر ہوتا ہے اور یہ کوئی آج کی بات نہیں - جب سے معاشرے نے منظم صورت اختیار کی ہے یہ اصول قائم ہے - اسی لیے تعلقات عامہ کا فن اتنا ہی پرانا ہے جتنا پرانا منظم حکومت کا تصور ہے - عہد فراعنہ کا مصر ہو یا پرا چین بھارت ، ہر حکومت تعلقات عامہ کی ضرورت محسوس کرتی تھی اور اُس میں ایسے شعبے قائم تھے جن کا مقصد یہ ہوتا تھا کہ عوامی شکایتوں ، اُمنگوں اور جذبوں کو حکمران تک پہنچایا جائے اور حکمران کے نیک کاموں کو عوام تک پہنچایا جائے - منو سمرتی اور ارتھ شاستر میں اس قسم کی تنظیم کی پوری تفصیلات موجود ہیں - ایران ، چین اور برعظیم پاک و ہند میں سلاطین مغلیہ کے عہد میں بھی شاہی وقائع نگاری اور ہرکاروں کے نظام کی مدد سے تعلقات عامہ کی اُستواری کا عمل جاری رہا- جہاں یہ عمل باقاعدہ تھا وہاں حکومتیں پائدار رہیں اور جہاں اس میں رخنہ پڑا حکومتوں کے تختے اُلٹ گئے یا وہ زوال پذیر ہونے لگیں -

ہمیں تعلقات عامہ ایک نیا فن معلوم ہوتا ہے کیونکہ یہ ایک نئے روپ میں ڈھل کر ہمارے سامنے آیا ہے - ایک طرف مطبوعہ صحافت ، ریڈیو اور ٹیلی وژن نے ابلاغ کے ایسے راستے کھولے ہیں جنھیں متصادم طاقتیں بے پناہ ساز و سامان کے باوجود روکنے سے عاجز ہیں اور دوسری طرف عوامی رد عمل معلوم کرنے کے لیے ایسے سائنسی طریقے معرض وجود میں آ گئے ہیں جو اس سے پہلے فکر انسانی کے تصور میں بھی نہیں آئے تھے - مقابلے اور مسابقت کی اس دنیا میں نشر و اشاعت کے طریقے اتنے بوقلموں اور متنوع ہیں کہ کوئی پیغام عوام تک پہنچنے سے نہیں رک سکتا - اس لیے ہمارے آبا و اجداد کے دور میں جو کام محدود دائرے میں ہوتا تھا ، آج اُس کی طنابیں اتنی وسیع ہیں کہ اُس کا تصور بھی ممکن نہیں -

ادارے ، جو تعلقات عامہ کے محتاج ہیں

ہم بتا چکے ہیں کہ آج کی دنیا میں تعلقات عامہ کا اثر ہمہ گیر ہے اور مختلف نوعیت کے ادارے اسے استعمال کرتے ہیں اب ہم ان اداروں کا الگ الگ تذکرہ کرتے ہیں :

حکومت : ہماری مرکزی اور صوبائی حکومتوں میں تعلقات عامہ کے

محکمے قائم ہیں - مرکز میں اسے ''تعلقات عامہ'' کا نام دیا جاتا ہے لیکن صوبوں میں محکمہ اطلاعات کے نام سے یاد کیا جاتا ہے - بہرحال دونوں کے فرائض ایک ہی قسم کے ہیں - فرق صرف یہ ہے کہ حکومت پاکستان کا محکمہ تعلقات عامہ کل پاکستان امور کی طرف توجہ دیتا ہے اور صوبائی محکمے ان امور کی نشر و اشاعت کرتے ہیں جو صوبائی حکومتوں کے اختیارات سے تعلق رکھتے ہیں - ان محکموں کا ایک منصب یہ ہے کہ یہ اخبارات کے مطالعہ کے بعد ہر روز حکومت کے ارباب بست و کشاد کو مطلع کرتے ہیں کہ عوام مسائل پر اس انداز سے سوچتے ہیں اور انہوں نے فلاں فلاں شکایت کی ہے اور فلاں مطالبات کیے ہیں - اس طرح حکومت کا ہاتھ عوام کی نبض پر رہتا ہے - دوسرا منصب یہ ہے کہ محکمے اپنی اپنی حکومت کی سرگرمیوں اور تعمیری منصوبوں کے بارے میں اخبارات ، ریڈیو اور ٹیلی ویژن کو مطلع کرتے رہتے ہیں - بہت سے انفرمیشن آفیسر مقرر ہیں جو اخباری رپورٹروں کی طرح حکومت کی خبریں فراہم کرتے ہیں - مثلاً صدر پاکستان ، وزیروں ، گورنروں اور حکومت کے مختلف محکموں کے سیکرٹریوں کی تقریریں بیانات اور سرگرمیاں رپورٹ کرتے ہیں ، پریس کانفرنسوں کا اہتمام کرتے ہیں ، محکموں کے سربراہوں سے انٹرویو کر کے خبریں اخذ کرتے ہیں - اخبارات اور مضمون نگاروں کی فرمائش پر خاص موضوعات کے بارے میں مواد مہیا کرتے ہیں - حکومت کے بارے میں کوئی غلط چیز چھپے تو اس کی تردید کرتے ہیں - غرض حکومت کی ترجمانی ان کا اہم فریضہ ہے - جب یہ محسوس کیا جاتا ہے کہ فلاں مسئلے پر حکومت کا زاویہ نگاہ عوام پر واضح نہیں تو اس پر مضامین اور فیچر لکھے اور لکھوائے جاتے ہیں - جب کسی عظیم تعمیری منصوبے کا آغاز ہوتا ہے تو اخبارات اور ریڈیو کو اس کے بارے میں معلوماتی مواد مہیا کیا جاتا ہے جو اخباروں میں سپلی منٹ کی صورت میں چھپتا ہے اور ریڈیو سے اس کی بنیاد پر تقریریں نشر ہوتی ہیں اور فیچر پیش ہوتے ہیں اور دستاویزی فلمیں تیار کی جاتی ہیں جو ملک بھر کے سنیماؤں میں دکھائی جاتی ہیں - اسی طرح تعلقات عامہ کے سرکاری شعبوں کے اہتمام میں رسالے اور اخبار نکلتے ہیں - مثلاً " ماہ نو " ، " پاکستان کوارٹرلی " ،

''پاک جمہوریت''، ''استقلال'' وغیرہ - ان میں عام دلچسپی کے مواد کے ساتھ ساتھ تعمیری منصوبوں پر معلوماتی مضامین اور تصاویر دی جاتی ہیں - ان کی قیمت کم ہوتی ہے تاکہ ان کی اشاعت زیادہ ہو- پھر کتابیں اور کتابچے بھی چھاپے جاتے ہیں -

مرکزی حکومت کے محکمہ' تعلقات عامہ کا ایک اہم فریضہ یہ ہے کہ غیر ممالک میں پاکستان کے زاویہ' نگاہ کی نشر و اشاعت کی جائے -

نیم سرکاری ادارے

دونوں صوبوں میں پی - آئی - اے ، واپڈا ، صنعتی ترقی کارپوریشن ، زرعی ترقیاتی کارپوریشن اور اسی طرح کے دوسرے نیم سرکاری اداروں نے بھی تعلقات عامہ کے شعبے قائم کر رکھے ہیں - ان میں نشر و اشاعت کے دوسرے ذرائع کے علاوہ ''ہاؤس جرنل'' بھی مرتب اور شائع ہوتے ہیں - ''ہاؤس جرنل'' سے مراد ایسے رسالے ہیں جن کا مقصد ادارے کے اندر کام کرنے والوں کو ادارے کی سرگرمیوں سے آگاہ کرنا ہوتا ہے - واپڈا کے جرائد ''انڈس''، ''برقاب'' اور ''واپڈا ویکلی'' اسی مقصد کے پیش نظر جاری ہیں -

صنعتی اور تجارتی ادارے :

کسی زمانے میں صنعتی اور تجارتی اداروں کا دائرہ کار محدود ہوتا تھا - کاروبار ایک آدھ شہر میں ہوتا تھا اور ملازمین کی تعداد کم اور ایک ہی جگہ مرتکز ہوتی تھی - ایسے میں ذاتی تعلقات کی بنا پر تعلقات عامہ کا کام چلتا تھا - اب صنعتی اور تجارتی اداروں کے بے پناہ پھیلاؤ نے ذاتی سطح پر کام ناممکن بنا دیا ہے - ان اداروں کے وجود ، استحکام اور نشو و ارتقا کا دار و مدار اس بات پر ہے کہ ایک تو ان کے اپنے کارکنوں میں بہتر تعلقات استوار ہوں ، دوسرے مصنوعات کے خریداروں سے مسلسل اور گہرا رابطہ قائم رکھا جائے - اس لیے ایسے تمام بڑے اداروں میں تعلقات عامہ کے شعبے موجود ہوتے ہیں -

تعلیمی ادارے

یونیورسٹیاں اور دوسرے تعلیمی ادارے اسی صورت میں کامیابی سے

چل سکتے ہیں کہ اساتذہ اور حکام ، طلبہ اور اساتذہ ، والدین اور اساتذہ اور نظم و نسق کے ذمہ دار افراد اور عوام کے درمیان خیر سگالی کے جذبات موجود ہوں ۔ یہ جذبات اسی صورت میں پیدا ہو سکتے ہیں ، اگر یہ ادارے اس قابل ہوں کہ شکایات کا ازالہ کر سکیں ۔ وظائف اور مراعات اور مختلف علوم کی تعلیم و تدریس کے بارے میں معلومات ، تحقیقی سرگرمیوں کی اطلاعات اور تعلیمی سہولتوں کے بارے میں ضروری مواد متعلقہ افراد تک پہنچ سکیں اور عوام کو بھی ان کی کارکردگی کا علم ہوتا رہے ۔ اس لیے یونیورسٹیوں میں تعلقات عامہ کے باقاعدہ شعبے قائم ہیں اور دوسرے تعلیمی اداروں میں یہ کام بعض اساتذہ کی نگرانی میں ہوتا ہے ۔ طلبہ کے اپنے رسالے نکالے جاتے ہیں ، بلیٹن چھپتے ہیں ، عمومی نشر و اشاعت کے لیے اخبار شائع ہوتے ہیں ، اہم معلومات خبر کی صورت میں اخباروں کو بھیجی جاتی ہیں ۔ غلط خبروں کی تردید کی جاتی ہے ۔ بعض اوقات خاص کاموں کی تشہیر کے لیے فیچر چھاپے جاتے ہیں ۔

مذہبی جماعتیں اور مخیر ادارے

مذہبی جماعتوں اور مخیر اداروں کا زیادہ تر کام چندوں پر چلتا ہے ۔ چندے عوام سے بھی آتے ہیں اور خواص سے بھی ، زکواۃ ۔ فطرانہ اور قربانی کی کھالیں حاصل کرنے کے لیے رجب کے مہینے میں ، عیدالفطر سے پہلے اور عیدالضحیٰ سے قبل مہمیں چلائی جاتی ہیں ۔ چندے کے لیے سالانہ اجتماع کیے جاتے ہیں ۔ رسالوں اور کتابچوں کے ذریعے سے معاونین سے مسلسل رابطہ قائم رکھا جاتا ہے ۔ تب کہیں کام چلتا ہے ۔ اس لیے اس قسم کے ادارے تو تعلقات عامہ کے بغیر چل ہی نہیں سکتے ۔ اُنہیں عوام اور دوسرے معاونین کو مسلسل اپنے مفید کاموں سے آگاہ رکھنا پڑتا ہے ۔

سیاسی اور معاشرتی جماعتیں

کوئی سیاسی جماعت عوام سے رابطہ رکھے بغیر ایک دن کے لیے بھی نہیں پنپ سکتی کیونکہ عوام کے ووٹوں کے بغیر وہ سیاسی اقتدار حاصل نہیں کر سکتی۔ سیاسی پارٹیاں اپنے پروگرام کی نشر و اشاعت کے لیے ہر حربہ استعمال کرتی ہیں ۔ یہاں تعلقات عامہ کا دائرہ بہت وسیع ہوتا ہے ۔ پھر عوام کی

بہبود کے لیے جو معاشری جماعتیں قائم ہوتی ہیں اُن کو صرف اپنی سرگرمیوں کی تشہیر ہی نہیں عوام کی تائید و حمایت کی بھی ضرورت ہوتی ہے کیونکہ عوام کی بہبود کا کوئی منصوبہ عوامی تعارف اور تائید کے بغیر کامیاب نہیں ہو سکتا -

تفریحی ادارے

ریڈیو ، ٹیلی ویژن ، سنیما اور تھیٹر نیز مجالس موسیقی ، مجالس رقص اور مجالس تمثیل کو ایک تو اس بات کی ضرورت ہوتی ہے کہ اُنکے پروگرام عوام تک پہنچیں - دوسرے یہ خواہش ہوتی ہے کہ اُن کی پیشکشوں کو قبول عام حاصل ہو - اُنھیں یہ بھی معلوم کرنا ہوتا ہے کہ عوام کس قسم کی تفریح چاہتے ہیں تاکہ اس کے مطابق وہ اپنے پروگرام میں تبدیلی کر سکیں - ان مسائل کا حل تعلقات عامہ میں مضمر ہے -

غیر ملکی اطلاعاتی ادارے

ہر ملک میں دوسرے ممالک کے سفارت خانے اپنے اطلاعاتی ادارے قائم کرتے ہیں جن کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ مطلوبہ ملک کے عوام اور خواص کے ذہنوں مین اپنے اپنے ملک کی ثقافت اور سیاسی پالیسی کا ایک خوبصورت نقش پیدا ہو اور تمام غلط فہمیاں دور ہوں - نیز وہ تاثرات باقی نہ رہیں جو ناپسندیدہ ہیں اور اُس ملک کے خوبصورت نقش کو آلودہ کرتے ہیں -

تعلقات عامہ کے مقاصد

تعلقات عامہ کے محتاج اداروں کے طریق کار کے مختصر جائزے کے بعد ہم اس پوزیشن میں ہیں کہ تعلقات عامہ کے بڑے بڑے مقاصد کا تعین کر سکیں -

سب سے بڑا مقصد یہ ہے کہ جس رائے ، خیال ، یا چیز (مصنوعات وغیرہ) کو آگے بڑھانا مقصود ہے ، زیادہ سے زیادہ لوگ اس کے قائل ہوں - مثلاً زیادہ لوگوں میں اپنی حکومت پر اعتماد پیدا ہو - کسی رائے یا خیال کے حق میں زیادہ لوگوں کا میلان ہو اور وہ خود اُس کے مبلغ بن جائیں یا جو چیز بک رہی ہے وہ پہلے سے زیادہ بکے -

دوسرا بڑا مقصد یہ ہے کہ رائے، خیال یا چیز کی مخالفت کم ہو مثلاً اگر لوگ حکومت کے کسی اقدام پر نا خوش ہیں اور حکومت کے نزدیک وہ اقدام مستحسن ہے تو لوگوں کی نا خوشی کو کم کرنے کی سعی کی جائے۔ کسی رائے یا خیال کی مخالفت کا توڑ سوچا جائے یا اگر لوگ کسی دوائی، یا استعمال کی دوسری چیز سے بدظن ہونے لگیں تو اس بد ظنی کو دور کرنے کی کوشش کی جائے۔

تیسرا بڑا مقصد یہ ہے کہ اگر کسی ادارے، رائے، خیال یا استعمال کی چیز کو قیادت کا رتبہ حاصل ہو یعنی مطلوبہ لوگوں کی غالب اکثریت اُس کے حق میں ہوں تو قیادت سے تعلق رکھنے والے حقائق کی مناسب تشہیر کی جائے۔ تاکہ یہ قیادت برقرار رہے اور ایسا نہ ہو کہ کسی متبادل ادارہ، خیال یا رائے یا استعمال کی چیز کو قیادت کا درجہ حاصل ہو جائے۔

طریق کار

عارضی مہم ہو یا مستقل منصوبہ اسے عملی جامہ پہنانے کے لیے ایک افسر تعلقات عامہ یہ قدم اٹھاتا ہے:

۱ - وہ معلوم کرتا ہے کہ اس وقت صورت حالات کیا ہے۔ اس کے لیے ریسرچ یا تحقیق کی ضرورت ہوتی ہے۔

۲ - جب حقیقی صورت کے خدو خال واضح ہو جاتے ہیں تو وہ ایک ایسا لائحہ عمل تیار کرتا ہے جو اُس صورت حالات سے مطابقت رکھتا ہو۔

۳ - جب لائحہ عمل تیار ہو جاتا ہے تو وہ اسے عمل میں لانے کے لیے اپنے پورے ذرائع بروئے کار لاتا ہے۔

ذرائع

اب یہ سوال پیدا ہوتا ہے کہ وہ کونسے ذرائع ہیں جنھیں استعمال کیا جاتا ہے۔ تعلقات عامہ کے دو بڑے ذرائع ہیں۔ ایک نشر و اشاعت، جس کے لیے انگریزی میں پبلسٹی (Publicity) کی اصطلاح استعمال کی جاتی ہے، دوسرے اشتہار بازی، جسے انگریزی میں ایڈورٹائزنگ (Advertising) کہتے ہیں دونوں کا مقصد تشہیر ہے لیکن ان میں بڑا فرق یہ ہے کہ

''نشر و اشاعت'' اُس شائع شدہ مواد کو کہتے ہیں جس کا کوئی معاوضہ ادا نہیں کیا جاتا اور ''اشتہار بازی'' اس مواد کو کہتے ہیں جس کا معاوضہ دیا جاتا ہے یعنی اخبارات اور رسائل میں اشتہارات یا عام پوسٹر۔

نشر و اشاعت (پبلسٹی) غیر یقینی چیز ہے کیونکہ عین ممکن ہے کہ جو مواد اشاعت کے لیے بھیجا جائے وہ ایڈیٹر ردی کی ٹوکری میں پھینک دے یا اسے اتنا مختصر کر دے کہ نشر و اشاعت کا مقصد فوت ہو جائے یا وہ مقصد پوری طرح حاصل نہ ہو یا ایڈیٹر اُسے اخبار کی کسی ایسی جگہ پر چھاپ دے جہاں وہ زیادہ تر لوگوں کی نظر سے اوجھل رہے۔ اس کے مقابلے پر اشتہار یقینی چیز ہے کیونکہ

۱ - اس کی تاریخ اشاعت معین ہو سکتی ہے۔

۲ - جتنی جگہ مطلوب ہو وہ مل سکتی ہے۔

۳ - جس جگہ چھپوانا مطلوب ہو وہاں چھپوایا جا سکتا ہے۔

۴ - جو مواد جن الفاظ میں دینا مقصود ہو دیا جا سکتا ہے۔

۵ - یہ فیصلہ کرنا آسان ہے کہ کن اخباروں میں اس کی اشاعت موزوں ہے۔

بہر حال ان فوائد کے باوجود جو بات نشر و اشاعت میں ہے وہ اشتہار میں پیدا نہیں ہوتی۔ اشتہار بہر حال اشتہار ہے اور سب جانتے ہیں کہ پیسے دے کر چھپوایا گیا۔ ہے وہی مواد اگر ایک خبر یا فیچر کی صورت میں عام پڑھنے کے مواد کے ساتھ ساتھ چھپے تو اس کا اثر بہت ہوتا ہے کیونکہ لوگ اسے اشتہار نہیں، معلومات سمجھ کر پڑھتے ہیں اور اس کا اثر قبول کر لیتے۔ ہیں پس تعلقات عامہ کے کسی افسر کی قابلیت اسی میں مضمر ہے کہ وہ نشر و اشاعت خبر اور خبری فیچر کے روپ میں کرے اور اس کے لیے خاص مہارت کی ضرورت ہے۔

اخبار کا نیوز ایڈیٹر چاہتا ہے کہ وہ صرف خبریں چھاپے۔ تعلقات عامہ کا افسر متمنی ہے کہ اس کا بھیجا ہؤا مواد خبر کے روپ میں چھپے۔ پس اُسے اپنی ''پبلسٹی'' خبر کے انداز میں لکھنی ہے۔ یہاں یہ سوال پیدا ہوتا ہے کہ ''پبلسٹی'' اور ''خبر'' میں کیا فرق ہے؟ بڑا فرق یہ ہے کہ

"پبلسٹی" اُن لوگوں کے نقطۂ نگاہ سے لکھی جاتی ہے جو کوئی بات دوسروں تک پہنچانا چاہتے ہیں - اس کے مقابلے پر خبر عوام کے فکر و عمل کا ایک پر وقت ریکارڈ ہے جسے اُن لوگوں کے نقطۂ نگاہ سے لکھا جاتا ہے جو مطلع ہونا چاہتے ہیں - کبھی واقعات ایسا روپ لے لیتے ہیں ، کبھی افسر تعلقات عامہ کی صحافتی چابک دستی ایسا رنگ دکھاتی ہے کہ پبلسٹی اور خبر کے ڈانڈے مل جاتے ہیں اور نیوز ایڈیٹر یہ جانتے ہوئے بھی اُسے خبر کے طور پر چھاپ دیتا ہے کہ یہ خبر نہیں ، پبلسٹی ہے کیونکہ یہ ایسی خبری اقدار کی حامل ہوتی ہے جسے قارئین پڑھنا پسند کریں - کسی حکومت کے تعلقات عامہ کے شعبے کا کام آسان ہوتا ہے کہ اُس کی دسترس میں ایسی بے شمار معلومات ہوتی ہیں جو لوگ حاصل کرنا چاہتے ہیں لیکن غیر سرکاری شعبہ ہائے تعلقات عامہ بالخصوص صنعتی اور تجارتی اداروں کے ایسے شعبوں کا کام خاصا مشکل ہوتا ہے -

پبلسیٹی کے آلات کون کون سے ہیں ؟

۱ - سمعی ذرائع : اس میں تقریریں ، مذاکرے ، ریڈیائی بات چیت ، فیچر اور ڈرامے شامل ہیں -

۲ - بصری ذرائع : تصاویر ، دستاویزی فلمیں ، سٹیج پر پیش ہونے والے ڈرامے اور خاکے ، نمائش ، مقابلے ، سنیما سلائیڈز -

۳ - تحریری ذرائع :

اُ : اخبارات میں خبروں اور مضمونوں کی اشاعت - خطوط بنام مدیر کا کالم بھی استعمال کیا جاتا ہے -

ب : عمومی اور خصوصی دلچسپی کے رسالوں میں مواد کی اشاعت

ج : کتابیں ، اور کتابچے -

د : پوسٹر اور مستقل سائن بورڈ اور روشن سائن بورڈ (Neon Signs)

ہ : ہاؤس جرنل

و : ڈائرکٹ میل (Direct Mail) یا براہ راست خطوط نویسی - مطلوبہ افراد کے پتوں کی فہرست مرتب کی جاتی ہے اور اُن

کے نام ذاتی یا نیم ذاتی خطوط کی صورت میں اپنا پیغام بھیجا جاتا ہے۔

ز : ٹیلی فون

۴۔ ذاتی تعلقات کی کشش : ذاتی تعلقات بہت بڑا کردار ادا کرتے ہیں۔ تعلقات عامہ کے افسر اخبار نویسوں سے دوستانہ مراسم اُستوار کرتے ہیں اور دونوں ایک دوسرے کے لیے مفید ثابت ہوتے ہیں۔ کبھی اخبار نویسوں کو معلومات کی ضرورت ہوتی ہے تو تعلقات عامہ والے فوراً مہیا کر دیتے ہیں۔ جب تعلقات عامہ والے کوئی خبر یا تصویر نمایاں جگہ پر چھپوانا چاہتے ہیں تو اخبار نویس اُن کے آڑے آتے ہیں۔

ہم نے دیدہ و دانستہ زیادہ تر اخبارات کا ذکر کیا ہے۔ ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے ذریعے سے پبلسٹی کا ذکر نہیں کیا۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ ریڈیو اور ٹیلی ویژن ہمارے ہاں تجارتی نہیں، سرکاری ادارے ہیں۔ جن ملکوں میں یہ دونوں تجارتی ادارے ہیں وہاں ان کے توسط سے بھی پبلسٹی کے بے شمار دروازے کھل جاتے ہیں۔

تعلقات عامہ میں کچھ ایسے داؤ پیچ استعمال ہوتے ہیں جو اخلاقاً مناسب نہیں۔ مثلاً جو ادارہ کسی اخبار کو باقاعدہ اشتہار دیتا ہے وہ اپنا حق سمجھتا ہے کہ اُس کا نشر و اشاعت کا مواد ناقص بھی ہو تو اُسے خبروں میں چھاپ دیا جائے۔ چنانچہ ایسی چیزیں چھپ جاتی ہیں۔ بعض ادارے کچھ اخبار نویسوں کو کسی دوسرے دائرے میں مادی فوائد پہنچادیتے اور اخبار نویس ممنون ہوکر اُن کا کام کر دیتے ہیں۔ حالانکہ ان اداروں کے بھیجے ہوئے مواد خبری اقدار سے عاری ہوتے ہیں۔ بہرحال اخبار کو اس کا نقصان پہنچتا ہے کیونکہ قارئین اکثر بھانپ لیتے ہیں کہ ایسا کیوں ہؤا اور اس طرح اُنھیں اخبار کی دیانت میں شبہ پڑ جاتا ہے۔

تعلقات عامہ میں صحافی کامیاب رہتے ھیں

چونکہ تعلقات عامہ کا تعلق خبری مواد کی تحریر، رائے عامہ کی تشکیل اور اخباروں اور رسالوں کے اجرا سے قائم ہے اس لیے تربیت یافتہ

صحافی عام لوگوں کے مقابلے پر زیادہ کامیاب رہتے ہیں اور تعلقات عامہ کے شعبوں میں ایسے بے شمار لوگ موجود ہیں جو پہلے اخباری صحافت میں کام کرتے تھے ۔

خلاصہ

یہ دور تعلقات عامہ کا دور ہے ۔ حکومتوں کے علاوہ غیر سرکاری معاشرتی ، سیاسی ، تجارتی اور صنعتی ادارے بھی اس کی اہمیت اور افادیت کے قائل ہیں ۔ لیکن تعلقات عامہ ایک بہت پرانا طریق کار ہے جس نے اس دور میں ابلاغ اجتماعی کے ذرائع ، اخبار ، ریڈیو ، ٹیلی ویژن ، فلم ، کے بے پناہ پھیلاؤ کی وجہ سے ایک نیا روپ لیا ہے اور ایک نئی تکنیک وضع کی ہے ۔ تعلقات عامہ کا بنیادی مقصد یہ ہے کہ کسی ادارے ، رائے ، خیال یا استعمال کی چیز کو آگے بڑھایا جائے ۔ اس کی مخالفت میں کمی کی سعی کی جائے ۔ اور عوامی رد عمل سے آگہی کی تدابیر اختیار کی جائیں ۔ یہ ادارے آج کی دنیا میں تعلقات عامہ کے محتاج ہیں : حکومتیں ، نیم سرکاری ادارے ، صنعتی اور تجارتی ادارے ، تعلیمی ادارے ، مذہبی اور مخیر ادارے ، سیاسی اور معاشرتی جماعتیں ، تفریحی ادارے ، غیر ملکی اطلاعاتی ادارے ۔

تعلقات عامہ کے دو بڑے ذرائع ہیں : نشر و اشاعت (پبلسٹی) اور اور اشتہار ۔ پبلسٹی بلا معاوضہ ہوتی ہے ، اشتہار معاوضے پر چھپتے ہیں ۔ پبلسٹی زیادہ مؤثر ہوتی ہے کیونکہ یہ خبر کے روپ میں ہوتی ہے ۔ پبلسٹی کے ذرائع کی اقسام یہ ہیں۔ سمعی ، بصری ، تحریری اور ذاتی مراسم ۔

تعلقات عامہ میں کچھ ایسے داؤ پیچ بھی استعمال ہوتے ہیں جو اخلاق کے خلاف ہیں اور انھیں مذموم سمجھا جاتا ہے ۔

سوالات

۱ ۔ ”تعلقات عامہ کا فن اُتنا ہی پرانا ہے جتنا پرانا منظم حکومت کا تصور ہے“ ۔ وضاحت فرمائیے ۔

۲ ۔ تعلقات عامہ کسے کہتے ہیں ؟ مفصل جواب دیجیے ۔

۳ - کون کون سے ادارے تعلقات عامہ کے محتاج ہیں اور کیوں ؟

۴ - تعلقات عامہ کے مقاصد کیا ہوتے ہیں ؟

۵ - نشر و اشاعت اور اشتہار اور پبلسٹی اور خبر کے درمیان فرق واضح کیجیے -

٦ - پبلسٹی کے ذرائع کون کون سے ہیں ؟

تربیت یافتہ صحافیوں کے لیے روزگار کے ذرائع

کسی زمانے میں مشاق سے مشاق صحافی کو بھی دو ڈھائی سو روپے سے زیادہ تنخواہ نہیں ملتی تھی لیکن یہ اُس زمانے کا ذکر ہے جب صحافت نے باقاعدہ کاروبار کا روپ نہیں لیا تھا اور نہ اس نے عوام میں زیادہ اثر پیدا کیا تھا۔ جب صحافت نے ترقی کی، اخباروں کی اشاعتوں میں اضافہ ہؤا، اشتہار افراط سے ملنے لگے تو اخبارات میں اپنا اپنا معیار بلند کرنے کے لیے مقابلے کا بازار گرم ہؤا اور اُدھر کارکن صحافیوں کی جماعتوں نے بہتر معاوضوں کے لیے جد و جہد کی تو ہر اخبار نے یہی کوشش کی کہ وہ قابل سے قابل افراد کی خدمات حاصل کرے۔ اس کے لیے بہتر تنخواہوں اور دوسری سہولتوں کی بہم رسانی ضروری تھی۔ اس لیے تنخواہوں کا معیار بڑھ گیا۔ پھر خبر رسانی کے ذرائع میں توسیع نے نیوز ایجنسیوں کو بھی فروغ دیا۔ ریڈیائی صحافت اور ٹیلی ویژن صحافت نے جنم لیا۔ روزگار کے زیادہ سے زیادہ مواقع فراہم ہوئے۔ جب صحافت کا دائرہ وسیع ہؤا تو حکومتوں اور بڑے بڑے تجارتی اور صنعتی اداروں نے اپنی نشر و اشاعت کے بڑھتے ہوئے تقاضوں کو عملی جامہ پہنانے کے لیے تعلقات عامہ کے شعبوں کو زیادہ مستحکم بنیادوں پر استوار کیا۔ اس سے روزگار کے ذرائع اور بھی وسیع ہوگئے۔

روزگار کے ذرائع

تربیت یافتہ صحافیوں کے لیے روزگار کے یہ ذرائع موجود ہیں :

۱ - اخبارات ، رسائل ، خبر رساں ادارے

۲ - محکمہ ہائے اطلاعات

۳ - تجارتی اداروں میں تعلقات عامہ کے شعبے
۴ - ریڈیو
۵ - ٹیلی ویژن

اخباری صحافت میں تنخواہوں کے معیار

پاکستان کے اخباروں ، رسالوں اور خبر رساں ایجنسیوں میں کام کرنے والے صحافیوں کی تنخواہیں ، الاؤنس وغیرہ اُجرتی بورڈ کے اُس فیصلے کے مطابق ہیں جو حکومت پاکستان نے جنوری ۱۹۶۱ء میں شائع کیا ۔ اس میں اُردو ، بنگالی اور انگریزی کی صحافت میں کام کرنے والوں کے لیے یکساں اُجرتیں اور سہولتیں مہیا کی گئی ہیں ۔ بہر حال جہاں تک اخبارات کے مالی ذرائع اور مقام اشاعت کا تعلق ہے اُنھیں مختلف درجوں میں رکھا گیا ہے ۔ اس درجہ بندی کی وضاحت ذیل میں دی جاتی ہے : (اخبارات کے نام حروف تہجی کے اعتبار سے درج ہیں) ۔

ا : روزانہ اخبار ۱ - میٹروپالیٹن "اے" Metropolitan "A"

''اتفاق''	(بنگالی)	ڈھاکہ
''امروز''	(اُردو)	لاہور ، ملتان
''انجام''	(اُردو)	کراچی ، پشاور
"آزاد''	(بنگالی)	ڈھاکہ
''پاکستان آبزرور''	(انگریزی)	ڈھاکہ
''پاکستان ٹائمز''	(انگریزی)	لاہور ، راولپنڈی
''جنگ''	(اُردو)	کراچی ، راولپنڈی
''حریت''	(اُردو)	کراچی
''ڈان''	(انگریزی)	کراچی
''کوہستان''	(اُردو)	لاہور ، راولپنڈی ، ملتان
''مارننگ نیوز''	(انگریزی)	کراچی ، ڈھاکہ
''مشرق''	(اُردو)	لاہور
"نوائے وقت''	(اُردو)	لاہور ، راولپنڈی ، ملتان

۲ - میٹرو پالی ٹن ''بی''

کراچی ، لاہور اور ڈھاکہ سے نکلنے والے تمام دوسرے روزنامے -

۳ - ریجنل (علاقائی) ''اے'' -

پشاور ، حیدرآباد ، ملتان ، لائل پور اور چٹاگانگ کے وہ تمام روزنامے جو اُوپر دیے ہوئے دو درجوں میں شامل نہیں ہوئے -

۴ - ریجنل (علاقائی) ''بی''

پاکستان کے کسی بھی شہر سے نکلنے والے وہ تمام روزنامے ، جو مندرجہ بالا تین درجوں میں شامل نہیں -

ب : رسائل (ہفت روزہ، ماہانہ) -

۱ - ''اے'' کلاس (ترتیب حروف تہجی کے اعتبار سے)

اُردو ڈائی جسٹ	(اُردو)	ماہنامہ	لاہور
''اخبار خواتین''	(اُردو)	ہفت روزہ	کراچی
السٹرٹیڈ ویکلی آف پاکستان	(انگریزی)	ہفت روزہ	کراچی
ایسٹرن فلم	(انگریزی)	ماہنامہ	کراچی
بیگم	(بنگالی)	ہفت روزہ	ڈھاکہ
پالی برتا	(بنگالی)	ہفت روزہ	ڈھاکہ
چترالی	(بنگالی)	ہفت روزہ	ڈھاکہ
چٹان	(اُردو)	ہفت روزہ	لاہور
حور	(اُردو)	ماہنامہ	لاہور
سپور ٹائمز	(انگریزی)	ماہنامہ	لاہور
شمع	(اُردو)	ماہنامہ	لاہور
قندیل	(اُردو)	ہفت روزہ	لاہور
مہر	(انگریزی)	ماہانہ	کراچی
نگار	(اُردو)	ماہانہ	کراچی

۲ - ''بی'' کلاس : مندرجہ بالا اخباروں کے سوا ، باقی تمام رسائل -

ج : خبر رساں ادارے -

۱ - ''اے'' : ایسوشی ایٹڈ پریس آف پاکستان (اےپپ)

۲ - ''بی'' : پاکستان پریس ایسوسی ایشن (پپا)

۳ - ''سی'' : یونائیٹڈ پریس آف پاکستان (یپپ)

اور دوسرے ادارے

تنخواہوں کے گریڈ

— میٹروپالیٹن ''اے'' اخباروں اور ''اے'' کلاس خبر رساں ایجنسی میں یہ گریڈ رائج ہیں :

سپیشل گریڈ : ۱۲۵۰ — ۵۰ — ۲۰۰۰

سینئر گریڈ : ۶۰۰ — ۳۰ — ۷۵۰/حد کارکردگی — ۴۵ — ۱۲۰۰

جونیئر گریڈ اول : ۴۰۰ — ۲۵ — ۵۲۵/حد کارکردگی — ۳۰ — ۸۲۵

جونیئر گریڈ دوم : ۲۷۵ — ۲۵ — ۴۰۰/حد کارکردگی — ۳۰ — ۷۰۰

میٹروپالیٹن ''بی'' اخباروں اور ''بی'' کلاس خبر رساں ادارے :

سپیشل گریڈ : ۶۰۰ — ۲۵ — ۱۱۰۰

سینئر گریڈ : ۴۰۰ — ۲۰ — ۵۰۰/حد کارکردگی — ۲۵ — ۷۵۰

جونیئر گریڈ اول : ۳۰۰ — ۲۰ — ۴۰۰/حد کارکردگی — ۲۵ — ۶۵۰

جونیئر گریڈ دوم : ۲۵۰ — ۱۵ — ۳۲۵/حد کارکردگی — ۲۰ — ۵۲۵

— علاقائی ''اے'' اخبارات اور ''سی'' کلاس خبر رساں ادارے :

سپیشل گریڈ : ۴۰۰ — ۲۰ — ۷۰۰

سینئر گریڈ : ۳۰۰ — ۱۵ — ۳۷۵/حد کارکردگی — ۲۰ — ۵۷۵

جونیئر گریڈ اول : ۲۷۵ — ۱۵ — ۳۵۰/حد کارکردگی — ۲۰ — ۵۵۰

جونیئر گریڈ دوم : ۲۵۰ — ۱۰ — ۳۰۰/حد کارکردگی — ۱۵ — ۴۵۰

— علاقائی ''بی'' اخبارات -

سپیشل گریڈ : ۳۰۰ — ۲۰ — ۶۰۰

سینئر گریڈ : ۲۵۰ — ۱۵ — ۳۲۵/حد کارکردگی — ۲۰ — ۵۲۵

جونیئر گریڈ اول : ۲۲۵ — ۱۵ — ۳۰۰/حد کارکردگی — ۲۰ — ۵۰۰

جونیئر گریڈ دوم : ۲۰۰ — ۱۰ — ۲۵۰/حد کارکردگی — ۱۵ — ۴۰۰

—"اے" کلاس رسائل -

ایڈیٹر : ۵۰۰—۳۰—۹۵۰

اسسٹنٹ ایڈیٹر ،

فیچر نویس، فوٹو گرافر : ۳۰۰—۱۵—۳۷۵/حد کار کردگی—۲۰—۵۷۵

سب ایڈیٹر ، رپورٹر ،

نامہ نگار : ۲۰۰—۱۵—۲۷۵/حد کار کردگی—۲۰—۴۷۵

بی کلاس رسائل -

ایڈیٹر : ۴۰۰—۲۵—۶۵۰

اسسٹنٹ ایڈیٹر ،

فوٹوگرافر : ۲۵۰—۱۵—۳۲۵/حد کار کردگی—۲۰—۵۲۵

فیچر نویس : ۲۵۰—۱۰—۳۰۰/حد کار کردگی—۱۵—۴۵۰

سب ایڈیٹر ،

رپورٹر ، نامہ نگار : ۱۵۰—۱۰—۲۰۰/حد کار کردگی—۱۵—۳۵۰

الاؤنس

۱ - مہنگائی الاؤنس :

—چار سو روپے تک تنخواہ پانے والوں کے لیے ساڑھے سترہ فی صدی ، لیکن کم از کم اڑتالیس روپے -

—۴۰۱ روپے سے پانسو روپے تک : ستر روپے

—۵۰۱ روپے سے ۷۵۰ روپے تک : پچاسی روپے

—۷۵۱ روپے سے ۱۰۰۰ روپے تک : ایک صد روپے

—۱۰۰۱ روپے سے ۲۰۰۰ روپے تک : تنخواہ کا دس فی صدی ، زیادہ سے زیادہ ڈیڑھ سو روپے

۲ - نامہ نگاروں اور فوٹوگرافروں کو گھوم پھر کر کام کرنا پڑتا ہے - اس لیے انھیں گاڑی الاؤنس دیا جاتا ہے -

—میٹروپالی ٹن "اے" اخباروں اور ایجنسیوں میں : سو روپے ماہانہ

—میٹروپالی ٹن "بی" اخباروں اور ایجنسیوں میں : پچاس روپے ماہانہ

باقی اخباروں میں : تیس روپے ماہانہ

۳ - چیف رپورٹر ، ایڈیشن انچارج اور چیف سب ایڈیٹر کو چارج الاؤنس دیا جاتا ہے -

—میٹروپالی‌ٹن ''اے'' اخباروں میں : پچاس روپے ماہانہ
—باقی اخباروں میں : پچیس روپے ماہانہ

۴ - رات کے وقت کام کرنے والے صحافیوں کو گھر سے دفتر آنے اور دفتر سے گھر جانے کے لیے یا تو گاڑی مفت مہیا کی جاتی ہے یا اس کے لیے الاؤنس دیا جاتا ہے -

۵ - مہینے بھر میں زیادہ سے زیادہ چودہ دن رات کی ڈیوٹی لی جا سکتی ہے اس سے زیادہ ڈیوٹی لی جائے تو اس کے لیے فالتو راتوں کی بنیادی تنخواہ کا تیس فی صدی الاؤنس دیا جاتا ہے -

۶ - فالتو وقت کے کام کے لیے بنیادی تنخواہ سے ڈیڑھ گنا رقم ادا کی جاتی ہے -

۷ - تمام ایڈیٹروں ، ریزیڈنٹ ایڈیٹروں اور نیوز ایڈیٹروں کو گاڑی الاؤنس اور خاطر تواضع کا الاؤنس بھی دیا جاتا ہے -

۸ - جز وقتی نامہ نگاروں کو جو معاوضہ دیاجاتا ہے اس کی تفصیل یہ ہے -

—میٹروپالی‌ٹن ''اے'' اخبارات اور ''اے'' کلاس نیوز ایجنسی کے نامہ نگاروں کو کم از کم پچھتر روپے ماہانہ مستقل الاؤنس دیا جاتا ہے - اس کے علاوہ اخبارات میں شائع شدہ مواد کے لیے ایک روپیہ فی کالم انچ کی شرح سے معاوضہ دیا جاتا ہے - ایجنسیوں میں دس روپے فی خبر کی شرح مقرر ہے -

—باقی تمام اخباروں اور ایجنسیوں میں مستقل الاؤنس پچاس روپے ہے - اور خبروں کا معاوضہ آٹھ آنے فی کالم انچ ہے - ایجنسیوں میں پانچ روپے فی خبر کے حساب سے دیا جاتا ہے -

جو شخص اخبار کے عملۂ ادارت میں شامل ہونا چاہتا ہے وہ صحافت کا ایم اے ہو یا نہ ہو، اسے پہلے تربیت حاصل کرنی پڑتی ہے جس کا طریق

کار یہ ہے کہ پہلے اُس شخص کو ایک آدھ مہینہ آزمایا جاتا ہے۔ اگر ایڈیٹر محسوس کرے کہ وہ صحافت میں نہیں چل سکتا تو اُسے جواب دے جاتا ہے لیکن اگر ایڈیٹر محسوس کرے کہ اُس میں تربیت لینے کی صلاحیت موجود ہے تو اُسے اپرنٹس Apprentice بھرتی کر لیا جاتا ہے اور اُسے سب ایڈیٹر کی بنیادی تنخواہ کا نصف الاؤنس کی صورت میں دیا جاتا ہے۔ اپرنٹس شپ کا زیادہ سے زیادہ عرصہ صحافت کا ایم اے کرنے والوں کے لیے چھ ماہ ہے اور دوسروں کے لیے ایک سال، لیکن اس کا مطلب یہ نہیں کہ اس سے پہلے باقاعدہ تقرر نہیں ہو سکتا۔ اگر ایڈیٹر محسوس کرے کہ اب مزید تربیت ضروری نہیں تو اس عرصے کے ختم ہونے سے پہلے بھی باقاعدہ تقرر کر سکتا ہے۔

محکمہ ہائے اطلاعات

حکومت کے محکمہ ہائے اطلاعات میں بھی تنخواہوں کے معیار مناسب ہیں۔ حکومت مغربی پاکستان میں گریڈ یہ ہیں:

ڈائرکٹر ۷۵۰—۷۵—۱۵۰۰

اسسٹنٹ ڈائرکٹر ۴۵۰—۵۰—۱۰۰۰

انفرمیشن آفیسر ۳۵۰—۳۵—۵۲۵/حد کارکردگی—۴۰—۹۲۵

اسسٹنٹ انفرمیشن آفیسر ۲۷۵—۱۵—۳۲۰/حد کار کردگی—۲۰—۵۰۰

حکومت پاکستان کے گریڈ یہ ہیں:

پاکستان انفرمیشن سروس: انفرمیشن افسر کے دو سکیل ہیں۔ ایک جونیئر، دوسرا سینئر۔ جونیئر سکیل کا گریڈ ۴۵۰—۵۰—۱۰۰۰ ہے اور سینئر سکیل ۷۵۰—۷۵—۱۵۰۰ ہے۔ اسی سکیل میں پریس اتاشی بھرتی کیے جاتے ہیں۔ نیویارک میں پاکستان کے پریس کونسلر کو بھی یہی گریڈ دیا جاتا ہے لیکن اُسے ساڑھے چار سو روپے "خصوصی تنخواہ" بھی ملتی ہے۔ ڈھاکہ، کراچی اور لاہور کے ریجنل انفرمیشن افسروں اور ڈپٹی ڈائرکٹر فلم و مطبوعات کا گریڈ ۲۰۰۰—۱۰۰—۲۲۰۰ ہے۔

تجارتی اداروں میں

مختلف تجارتی اداروں میں تعلقات عامہ کے افسروں اور دوسرے کارکنوں

کی تنخواہوں کے گریڈ مختلف ہیں لیکن عام طور پر یہ گریڈ سرکاری گریڈوں سے اگر بہتر نہیں تو کمتر بھی نہیں ۔

ریڈیو پاکستان نیوز آرگنائزیشن

ریڈیو پاکستان کی خبری تنظیم کے گریڈ یہ ہیں ۔

ڈائرکٹر آف نیوز ۱۸۰۰—۵۰—۲۰۰۰

ڈپٹی ڈائرکٹر ، چیف نیوز ایڈیٹر
اور ڈائرکٹر مانیٹرنگ ۷۵۰—۷۵—۱۵۰۰

(ڈپٹی ڈائرکٹر کو مزید ایک سو روپیہ اور باقی دو کو پچاس روپے ماہانہ خصوصی تنخواہ بھی دی جاتی ہے)

نیوز ایڈیٹر ۴۵۰—۵۰—۱۰۰۰

اسسٹنٹ نیوز ایڈیٹر ۴۵۵—۳۵—۵۲۵/حد کارکردگی—۴۰—۸۴۵

★ ★ ★